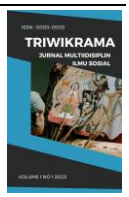
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



MORAL EKONOMI PEDAGANG DURIAN DI KAWASAN CHENG HOO PASURUAN

Indiane Ananta Zerra, Diyah Utami
Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juli 2026
Revised Juli 2026
Accepted Juli 2026
Available online Juli 2026

Email:
indianeananta.22032@mhs.unesa.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Penelitian ini membahas moral ekonomi pedagang durian di kawasan wisata Cheng Hoo, Pasuruan, yang sempat mengalami penurunan kepercayaan masyarakat akibat viralnya fenomena *durian tewel* di media sosial pada tahun 2025. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi objektif pedagang, nilai dan norma moral ekonomi yang diterapkan, pertimbangan dalam pelaksanaannya, serta menganalisis praktik moral ekonomi yang berkembang di kalangan pedagang durian. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi *grounded theory* model Strauss dan Corbin (1990) serta analisis data model Creswell (2014). Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap sepuluh pedagang durian yang dipilih sesuai dengan karakteristik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur usaha pedagang terdiri atas juragan sebagai pemilik lapak dan karyawan sebagai penjaga lapak, sehingga terdapat perbedaan kewenangan dalam pengambilan keputusan maupun tanggung jawab terhadap pembeli. Nilai moral yang ditemukan meliputi kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, kerukunan, solidaritas, harga diri, dan rasa adil. Nilai-nilai tersebut diwujudkan melalui norma tidak tertulis yang dijaga bersama dan ditegakkan melalui teguran, pengucilan, serta sanksi reputasi di antara pedagang. Penerapan moral ekonomi dipengaruhi oleh kondisi pasar, posisi pedagang dalam struktur usaha, serta hubungan sosial yang terjalin di lingkungan perdagangan. Fenomena *durian tewel* menunjukkan bahwa pedagang menghadapi dilema antara menjaga kepercayaan pembeli dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah tekanan pasar. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan konsep moral ekonomi situasional-terstratifikasi, yaitu praktik moral ekonomi yang bersifat dinamis, menyesuaikan kondisi yang dihadapi pedagang, serta dipengaruhi oleh posisi, sumber daya, kewenangan, dan hubungan sosial dalam aktivitas perdagangan.

Kata Kunci: moral ekonomi, pedagang durian, *grounded theory*, durian tewel, Cheng Hoo Pasuruan.

Abstract

This study examines the moral economy of durian traders in the Cheng Hoo tourism area, Pasuruan, which experienced a decline in public trust following the viral *durian tewel* phenomenon on social media in 2025. The study aims to identify the traders' objective conditions, the moral values and norms they uphold, the considerations underlying their implementation, and to analyze the moral economy practices that have developed among durian traders. This research employed a qualitative approach using the grounded theory strategy developed by Strauss and Corbin (1990), combined with Creswell's (2014) data analysis model. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving ten durian traders selected based on the characteristics relevant to the study. The findings indicate that the business structure consists of stall owners (*juragan*) and employees responsible for managing the stalls, resulting in differences in decision-making authority and responsibility toward customers. The moral values identified include honesty, responsibility, service, harmony, solidarity, dignity, and fairness. These values are reflected in unwritten norms maintained collectively and enforced through informal social mechanisms, such as warnings, social exclusion, and reputational sanctions among traders. The implementation of the moral economy is influenced by market conditions, traders' positions within the business structure, and the social relationships established within the trading community. The *durian tewel* phenomenon illustrates the dilemma faced by traders in balancing consumer trust with business sustainability under market pressures. Based on these findings, this study proposes the concept of **situational-stratified moral economy**, referring to a dynamic form of moral economy whose implementation adapts to changing circumstances and is shaped by traders' positions, resources, authority, and social relationships in commercial activities.

Keywords: Moral economy, durian traders, grounded theory, *durian tewel*, Cheng Hoo Pasuruan.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi di pasar tradisional di Indonesia tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai moral, norma sosial, dan etika yang berkembang di tengah masyarakat (Mayasari, 2021). Dalam aktivitas perdagangan, moral ekonomi menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam menentukan tindakan yang dianggap benar atau tidak berdasarkan nilai budaya, norma sosial, serta ajaran agama yang berlaku (Wardhani, 2024). Nilai-nilai tersebut tercermin dalam praktik berdagang melalui sikap jujur, tanggung jawab, serta penghormatan terhadap nilai sosial dan keagamaan (Yunara et al., 2023). Namun, dalam praktiknya tidak semua aktivitas perdagangan berjalan sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Kondisi ini terlihat pada perdagangan durian di kawasan Cheng Hoo, Pasuruan, yang merupakan kawasan wisata religi dan kuliner, tetapi sempat menghadapi stigma negatif akibat ketidaksesuaian kualitas durian dengan harapan pembeli serta kurangnya keterbukaan dalam proses transaksi (Pamela, 2025).

Fenomena yang dikenal sebagai *durian tewel* mulai menjadi perhatian publik setelah sejumlah keluhan pembeli tersebar di media sosial. Pada 23 Februari 2025, akun TikTok @rzkahdyti20 mengunggah video yang memperlihatkan kekecewaan pembeli karena empat buah durian yang dibeli seharga Rp200.000 ternyata belum matang. Keluhan serupa juga muncul melalui unggahan akun @vidyaamalia1010 dan @_dzack1 pada 22 Juni 2025 yang membagikan pengalaman menerima durian dalam kondisi rusak (Setyaningrum, 2025). Di sisi lain, para pedagang menjelaskan bahwa setiap durian yang dijual telah dibuka dan diperiksa terlebih dahulu sebelum diserahkan kepada pembeli. Meskipun demikian, rangkaian unggahan tersebut telah membentuk persepsi negatif di masyarakat yang berdampak pada menurunnya kepercayaan konsumen dan jumlah pembeli di kawasan Cheng Hoo (WartaBromo, 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha pedagang tradisional tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi juga oleh kemampuan menjaga kepercayaan konsumen melalui kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi (Indriani et al., 2024). Ketika kepercayaan pembeli menurun, pedagang berpotensi kehilangan pelanggan sekaligus mengalami penurunan pendapatan (Pernando et al., 2024). Oleh karena itu, reputasi menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi keberlangsungan usaha pedagang kecil (Matthew, 2024).

Hasil observasi awal peneliti menunjukkan bahwa pedagang durian di kawasan Cheng Hoo didominasi oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Sebagian merupakan pemilik lapak yang menjalankan usahanya secara mandiri, sedangkan sebagian lainnya bekerja sebagai karyawan yang mengelola lapak milik juragan. Pendapatan mereka sangat dipengaruhi oleh musim panen durian dan jumlah wisatawan yang berkunjung. Meskipun persaingan antarpedagang cukup tinggi, hubungan sosial di antara mereka tetap terjaga melalui paguyuban yang menjadi wadah untuk saling berkomunikasi, bekerja sama, dan membantu ketika menghadapi berbagai permasalahan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai moral ekonomi pedagang durian di kawasan Cheng Hoo menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini berupaya memahami bagaimana nilai-nilai moral, norma sosial, dan berbagai pertimbangan ekonomi diterapkan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan sehari-hari. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana moral ekonomi pedagang durian diterapkan dalam praktik perdagangan di kawasan Cheng Hoo, Pasuruan. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) mengidentifikasi kondisi objektif komunitas pedagang durian; (2)

mengidentifikasi nilai-nilai yang membentuk moral ekonomi pedagang; (3) mengidentifikasi norma-norma yang menjadi implementasi nilai moral tersebut; (4) mengidentifikasi berbagai pertimbangan dalam penerapan norma moral ekonomi; dan (5) menganalisis praktik moral ekonomi yang dijalankan oleh pedagang secara menyeluruh.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Kajian mengenai moral ekonomi, etika bisnis, modal sosial, dan stigma dalam aktivitas perdagangan telah banyak dilakukan. Namun, sebagian besar penelitian masih membahas tema-tema tersebut secara terpisah dan belum banyak mengkaji perdagangan komoditas yang memiliki karakteristik mudah rusak, seperti durian. Pada kajian etika bisnis dan kejujuran, Nerlin (2021) menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Wua-Wua Kendari pada umumnya berupaya menerapkan kejujuran dalam berdagang. Meskipun demikian, praktik menjual barang yang kualitasnya telah menurun masih ditemukan karena pedagang khawatir mengalami kerugian serta minimnya pengawasan pasar. Penelitian Rahmawati dan Faraby (2023) di kawasan wisata Pantai Lombang, Fairuz et al. (2022) di Pasar Masbagik, serta Arkandia et al. (2022) di Desa Sesaot juga memperlihatkan bahwa penerapan etika bisnis berkontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan konsumen sekaligus mendukung kesejahteraan pedagang. Dari sisi konseptual, Kanitsar (2023) menjelaskan bahwa moral ekonomi dapat dipahami melalui tiga sudut pandang, yaitu moralitas sebagai landasan pasar, batas-batas moral dalam aktivitas pasar, dan dampak moral dari kegiatan ekonomi. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian eksperimental Jacquemet et al. (2024) yang menunjukkan bahwa komitmen terhadap kejujuran mampu meningkatkan kepercayaan dan kerja sama dalam transaksi ekonomi.

Kajian mengenai modal sosial juga menunjukkan bahwa hubungan sosial memiliki peran penting dalam aktivitas perdagangan. Nazella dan Hidir (2023) menemukan bahwa jaringan sosial, kepercayaan, dan norma bersama menjadi modal utama bagi pedagang durian di Pekanbaru dalam mempertahankan usahanya sekaligus menciptakan persaingan yang sehat. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian Rohmawati et al. (2024) terhadap pengrajin tempe, Reniati dan Fauzi (2022) pada mahasiswa pelaku usaha daring, serta Ginting dan Anugrahini (2023) pada pedagang kaki lima. Selain itu, Tian et al. (2024) melalui penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa tingginya tingkat kepercayaan sosial dapat mengurangi kecenderungan perilaku oportunistik dalam kegiatan ekonomi.

Sementara itu, penelitian mengenai stigma sosial lebih banyak menyoroti strategi pelaku usaha dalam menghadapi penurunan kepercayaan masyarakat. Zulhijahyanti et al. (2021) mengkaji strategi bertahan pedagang kaki lima pada masa pandemi, Wear et al. (2023) menjelaskan pentingnya strategi *rebranding* untuk memulihkan kepercayaan konsumen, van Eck dan Rath (2024) mengulas proses stigmatisasi pedagang kaki lima di Amsterdam dari perspektif sosial-historis, sedangkan Chu et al. (2022) menawarkan pemanfaatan teknologi *blockchain* sebagai sarana membangun kembali kepercayaan dalam transaksi daring.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada moral ekonomi pedagang durian di kawasan Cheng Hoo, Pasuruan. Penelitian ini tidak hanya mengkaji moral ekonomi sebagai seperangkat nilai atau norma, tetapi juga melihat bagaimana nilai-nilai tersebut dipraktikkan, dinegosiasikan, dan dipertahankan oleh pedagang ketika menghadapi tekanan ekonomi, perbedaan posisi dalam struktur usaha, serta stigma yang berkembang di

masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai praktik moral ekonomi pada perdagangan durian, khususnya pada komoditas yang rentan terhadap persoalan kualitas dan kepercayaan konsumen.

Teori Moral Ekonomi Hans-Dieter Evers

Penelitian ini menggunakan teori moral ekonomi Hans-Dieter Evers yang dikemukakan dalam *The Moral Economy of Trade: Ethnicity and Developing Markets* (Evers, 1994) sebagai landasan utama analisis. Berbeda dengan James C. Scott yang lebih menekankan tindakan ekonomi sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidup, Evers memandang pedagang sebagai aktor yang selalu berada di antara dua kepentingan. Di satu sisi, pedagang harus memperoleh keuntungan agar usahanya tetap berjalan, tetapi di sisi lain mereka juga dituntut menjaga hubungan baik dengan pelanggan, sesama pedagang, maupun komunitas di sekitarnya. Kondisi tersebut oleh Evers disebut sebagai *trader's dilemma* atau dilema pedagang, yaitu situasi ketika kepentingan ekonomi dan tanggung jawab sosial harus dijalankan secara bersamaan. Sejalan dengan pandangan tersebut, Damsar (2011, hlm. 238) menjelaskan bahwa moral ekonomi dalam aktivitas perdagangan pada dasarnya merupakan upaya menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial.

Selain menggunakan teori utama dari Evers, penelitian ini juga memanfaatkan beberapa perspektif pendukung untuk memperdalam analisis setelah kategori-kategori data terbentuk. Pemikiran Marx (1976) dan Weber (1978) digunakan untuk menjelaskan hubungan kepemilikan usaha, pembagian kewenangan, serta otoritas antara juragan dan karyawan. Selanjutnya, konsep dramaturgi Goffman (1959), khususnya *impression management*, *front stage–back stage*, *remedial work*, dan *face-work*, digunakan untuk memahami bagaimana pedagang membangun dan menjaga kepercayaan pembeli melalui cara mereka menampilkan diri dalam proses transaksi. Penelitian ini juga menggunakan teori modal sosial Coleman (1990) untuk menjelaskan bagaimana norma bersama dipertahankan melalui mekanisme sanksi sosial informal di lingkungan pedagang. Sementara itu, konsep asimetri informasi dari Akerlof (1970) digunakan untuk menjelaskan adanya perbedaan informasi mengenai kualitas durian antara pedagang dan pembeli yang dapat memengaruhi terbentuknya kepercayaan maupun munculnya konflik dalam transaksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi *grounded theory* yang mengacu pada model Strauss dan Corbin (1990). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami praktik moral ekonomi pedagang durian berdasarkan pengalaman dan realitas yang mereka hadapi di lapangan, sehingga konsep atau kategori yang dihasilkan berkembang dari data penelitian, bukan ditentukan terlebih dahulu oleh teori. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu *open coding* untuk mengidentifikasi konsep dan kategori awal dari data, *axial coding* untuk menghubungkan kategori-kategori yang memiliki keterkaitan, serta *selective coding* untuk merumuskan kategori inti (*core category*) yang menjelaskan fenomena penelitian secara menyeluruh. Proses tersebut dipadukan dengan model analisis data kualitatif Creswell (2014) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara terus-menerus selama penelitian hingga mencapai *theoretical saturation*, yaitu kondisi ketika data yang diperoleh tidak lagi menghasilkan kategori atau informasi baru.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Penelitian dilaksanakan di kawasan Pasar Wisata Cheng Hoo, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Kawasan ini dipilih karena merupakan salah satu sentra perdagangan durian yang berkembang di kawasan wisata religi dan kuliner serta menjadi lokasi munculnya fenomena *durian tewel*. Informan penelitian dipilih berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu pedagang yang masih aktif berjualan durian di kawasan Cheng Hoo, telah berdagang sekurang-kurangnya satu tahun, terlibat langsung dalam proses transaksi dengan pembeli, memahami kondisi perdagangan setempat, dan bersedia memberikan informasi selama penelitian berlangsung. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian melibatkan sepuluh orang informan yang terdiri atas lima pemilik lapak (*juragan*) dan lima karyawan atau penjaga lapak, dengan rentang usia 25–50 tahun serta pengalaman berdagang antara satu hingga sepuluh tahun.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi langsung di lokasi penelitian. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, serta pertimbangan pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan, sedangkan observasi dilakukan untuk melihat secara langsung interaksi antara pedagang dan pembeli serta praktik jual beli yang berlangsung di lapangan. Kedua teknik tersebut saling melengkapi sehingga data yang diperoleh dapat dibandingkan dan dipahami secara lebih utuh. Seluruh hasil wawancara dan catatan observasi kemudian dianalisis secara bertahap melalui proses *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* dengan bantuan memo analitis dan diagram sebagai bagian dari proses pengembangan kategori. Setelah kategori empiris terbentuk, teori moral ekonomi Hans-Dieter Evers digunakan sebagai landasan utama dalam interpretasi temuan, sedangkan pemikiran Marx, Weber, Goffman, Coleman, dan Akerlof dimanfaatkan sebagai perspektif pendukung untuk memperkaya analisis sesuai dengan kategori yang muncul dari data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Objektif dan Struktur Usaha Pedagang Durian

Kawasan Cheng Hoo merupakan kawasan wisata religi yang berada di sekitar Masjid Muhammad Cheng Hoo, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Lokasinya berada di jalur utama Surabaya–Malang dan berjarak sekitar 3,7 km dari Gerbang Tol Pandaan sehingga mudah diakses oleh wisatawan maupun masyarakat yang melintas (Radar Bromo, 2024). Kondisi tersebut mendorong berkembangnya aktivitas perdagangan durian musiman di sepanjang kawasan, dengan lapak-lapak sederhana yang memanfaatkan tenda, rengkek, maupun mobil pikap sebagai tempat berjualan. Perkembangan perdagangan ini juga didukung oleh tingginya produksi durian di Kabupaten Pasuruan. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan (2025) menunjukkan bahwa produksi durian meningkat dari 935.960 kuintal pada tahun 2023 menjadi 2.042.554 kuintal pada tahun 2024, dengan Kecamatan Lumbang sebagai daerah penghasil terbesar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi sosial ekonomi pedagang di kawasan Cheng Hoo terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu pemilik lapak (*juragan*) dan karyawan atau penjaga lapak. Kelompok karyawan yang terdiri atas Informan T, E, S, Y, dan H memperoleh penghasilan sekitar Rp1.800.000 hingga Rp2.500.000 per bulan, baik dalam bentuk gaji tetap maupun pendapatan yang bergantung pada hasil penjualan. Sementara itu, kelompok juragan yang terdiri atas Informan Y, H, A, B, dan HR memiliki pendapatan berkisar antara Rp20.000.000 hingga Rp45.000.000 per bulan. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan ekonomi yang cukup nyata dalam struktur perdagangan durian di kawasan Cheng Hoo.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Menariknya, hampir seluruh informan menyatakan bahwa penghasilan mereka sudah "cukup" untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, makna "cukup" ternyata berbeda bagi masing-masing kelompok. Bagi para juragan, kecukupan diartikan sebagai kemampuan memenuhi kebutuhan keluarga sekaligus menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan, pengembangan usaha, atau biaya pendidikan anak. Sebaliknya, bagi sebagian karyawan, kecukupan lebih dimaknai sebagai kemampuan memenuhi kebutuhan pokok dengan pengeluaran yang harus diatur secara cermat karena pendapatan yang diterima relatif terbatas dan tidak selalu stabil. Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap kondisi ekonomi tidak hanya ditentukan oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh posisi seseorang dalam struktur usaha serta kemampuan mereka mengelola sumber daya yang dimiliki.

Struktur usaha perdagangan durian di kawasan Cheng Hoo memperlihatkan pembagian peran yang jelas antara juragan sebagai pemilik usaha dan karyawan sebagai pengelola lapak. Juragan memiliki kewenangan dalam menyediakan modal, menentukan harga, mengatur pasokan dan stok durian, serta mengambil keputusan terkait penggantian buah maupun pemberian garansi kepada pembeli. Di sisi lain, karyawan bertugas melayani pembeli, menyortir dan menata durian, serta mengelola proses transaksi sehari-hari. Meskipun menjadi pihak yang paling sering berinteraksi langsung dengan pembeli dan menangani berbagai pertanyaan maupun keluhan, kewenangan karyawan tetap terbatas karena keputusan yang berkaitan dengan kerugian ekonomi harus mendapat persetujuan juragan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara tanggung jawab dalam berinteraksi dengan pembeli dan kewenangan dalam mengambil keputusan. Jika dikaitkan dengan pandangan Marx (1976), perbedaan kepemilikan modal melahirkan pembagian posisi antara pemilik usaha dan pekerja. Sementara itu, Weber (1978) menjelaskan bahwa kepemilikan otoritas tidak selalu berada pada pihak yang menjalankan pekerjaan secara langsung. Dalam konteks perdagangan durian di kawasan Cheng Hoo, karyawan memiliki ruang untuk menunjukkan keramahan, kejujuran, dan pelayanan kepada pembeli, tetapi keputusan yang berdampak pada aspek ekonomi, seperti pemberian potongan harga atau penggantian durian, tetap berada di tangan juragan. Dengan demikian, pelaksanaan moral ekonomi oleh karyawan berlangsung dalam batas-batas kewenangan yang dimiliki sesuai dengan struktur usaha tempat mereka bekerja.

Nilai Moral dalam Aktivitas Perdagangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima nilai moral utama yang menjadi pedoman pedagang dalam menjalankan aktivitas perdagangan, yaitu kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, kerukunan dan solidaritas, serta harga diri dan rasa adil. Nilai-nilai tersebut tidak hanya dipahami sebagai prinsip, tetapi juga diwujudkan dalam interaksi sehari-hari antara pedagang dan pembeli. Untuk memahami bagaimana nilai-nilai tersebut ditampilkan dalam praktik perdagangan, penelitian ini menggunakan perspektif dramaturgi Goffman (1959). Melalui perspektif tersebut, perilaku pedagang dapat dipahami sebagai upaya membangun dan mempertahankan kepercayaan pembeli selama proses transaksi. Ringkasan temuan mengenai nilai-nilai moral tersebut disajikan pada Tabel 1.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Tabel Nilai Moral Pedagang Durian

Nilai Moral	Kondisi Empiris	Konsep Goffman yang Relevan
Kejujuran	Pedagang membuka dan menjelaskan buah, namun kadang membatasi informasi atau mencampur kualitas.	Impression management, idealization, front stage–back stage
Tanggung jawab	Garansi dan penyelesaian keluhan diberikan, tetapi tidak seluruh keluhan memperoleh penggantian.	Remedial work, face-work, impression management
Pelayanan	Keramahan dan bantuan memilih durian diberikan, namun pelanggan tetap memperoleh perhatian lebih.	Demeanor, deference, personal front, audience adaptation
Kerukunan & solidaritas	Pedagang saling membantu, namun persaingan muncul saat pasar sepi atau stok menumpuk.	Team performance, working consensus, front-back stage
Harga diri & rasa adil	Pedagang menolak tawaran yang dianggap tidak wajar dan menyesuaikan sikap terhadap pembeli.	Face, face-work, deference, tact

Sumber: Data Olahan Peneliti

Kelima nilai tersebut menunjukkan pola yang relatif konsisten dalam praktik perdagangan sehari-hari. Para pedagang berusaha menampilkan diri sebagai sosok yang jujur, bertanggung jawab, ramah, menjaga kerukunan, dan bersikap adil agar kepercayaan pembeli tetap terpelihara dan usaha mereka dapat terus berjalan. Namun, penerapan nilai-nilai tersebut tidak selalu berlangsung secara ideal. Dalam praktiknya, pedagang juga dihadapkan pada berbagai kondisi yang memengaruhi cara mereka bertindak. Kualitas durian yang tersedia dapat memengaruhi keterbukaan pedagang dalam memberikan informasi, keterbatasan modal memengaruhi kemampuan mereka memberikan penggantian atau garansi, peluang pembeli untuk kembali berbelanja memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan, persaingan usaha memengaruhi hubungan antarpedagang, sedangkan sikap pembeli turut memengaruhi cara pedagang memaknai keadilan dalam bertransaksi.

Jika dipahami melalui perspektif dramaturgi Goffman (1959), kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai moral tidak diterapkan secara kaku, melainkan terus disesuaikan dengan situasi yang dihadapi dalam setiap interaksi. Pedagang berupaya membangun kesan positif di hadapan pembeli, tetapi pada saat yang sama mereka juga harus mempertimbangkan berbagai tuntutan ekonomi yang muncul dalam aktivitas perdagangan. Dengan demikian, moral ekonomi tidak hanya hadir sebagai prinsip yang diyakini, tetapi juga tampak dalam cara pedagang menampilkan diri, membangun kepercayaan, dan menegosiasikan tindakan mereka selama proses jual beli berlangsung.

Norma sebagai Implementasi Nilai Moral

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di kawasan Cheng Hoo memiliki sejumlah norma tidak tertulis yang dijadikan pedoman dalam menjalankan aktivitas perdagangan. Norma

tersebut antara lain tidak merebut pembeli milik pedagang lain, saling membantu menjaga lapak ketika diperlukan, membuka durian sebelum diserahkan kepada pembeli, memberikan kesempatan untuk mencicipi, serta bersedia menyelesaikan keluhan apabila terjadi masalah setelah transaksi. Berdasarkan perspektif modal sosial Coleman (1990), norma-norma tersebut dapat terus bertahan karena dibangun atas dasar hubungan saling percaya dan kepentingan bersama di antara para pedagang. Mereka tidak hanya menaati norma, tetapi juga saling mengingatkan ketika ada anggota yang melanggarnya.

Bentuk penegakan norma yang ditemukan lebih banyak dilakukan melalui mekanisme sosial informal. Informan E, Informan S, dan Informan Y mengungkapkan bahwa pelanggaran biasanya diawali dengan teguran secara lisan dari sesama pedagang. Apabila pelanggaran terus berulang, pedagang yang lebih senior, seperti Informan HR, turut memberikan peringatan berdasarkan pengalaman dan penghormatan yang diberikan oleh pedagang lain, bukan karena memiliki jabatan tertentu. Dalam beberapa kasus, pelanggar juga dapat kehilangan dukungan dari pedagang lain, misalnya tidak lagi dibantu menjaga lapak atau dipinjamkan peralatan, sebagaimana disampaikan oleh Informan PB. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan sosial antarpedagang memiliki peran penting dalam menjaga kepatuhan terhadap norma yang telah disepakati bersama.

Norma juga berfungsi dalam hubungan antara pedagang dan pembeli. Pedagang menyadari bahwa ketidakjujuran atau pelayanan yang buruk dapat membuat pembeli enggan kembali berbelanja. Sebaliknya, pemberian garansi atau penggantian durian yang bermasalah menjadi cara untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Perkembangan media sosial membuat konsekuensi dari pelanggaran norma menjadi semakin luas. Fenomena *durian tewel* menunjukkan bahwa keluhan dari satu pembeli dapat menyebar dengan cepat dan membentuk stigma terhadap seluruh pedagang di kawasan Cheng Hoo, termasuk mereka yang tidak terlibat secara langsung. Kondisi tersebut mendorong para pedagang untuk lebih berhati-hati dan lebih terbuka dalam menjelaskan kualitas durian kepada pembeli.

Selain sanksi yang berasal dari lingkungan sosial, penelitian ini juga menemukan adanya dorongan dari dalam diri pedagang untuk menjaga kualitas dagangannya. Informan PHR mengaku merasa menyesal apabila tanpa sengaja menjual durian yang kualitasnya kurang baik kepada pembeli. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap norma tidak hanya didorong oleh kekhawatiran terhadap sanksi sosial, tetapi juga oleh kesadaran moral yang telah berkembang dalam diri pedagang.

Meskipun demikian, penerapan norma belum berjalan secara merata. Solidaritas dan kebiasaan saling mengingatkan lebih kuat di antara pedagang yang berada dalam jaringan juragan yang sama, sebagaimana diungkapkan oleh Informan E. Di luar jaringan tersebut, hubungan antarpedagang cenderung lebih kompetitif sehingga pengawasan sosial tidak sekuat dalam kelompok yang memiliki kedekatan. Selain itu, penelitian ini tidak menemukan adanya aturan tertulis maupun mekanisme resmi dari paguyuban atau pengelola kawasan untuk mengatur perilaku pedagang. Salah satu informan bahkan mengusulkan agar pengelola memberikan pengaturan yang lebih jelas, termasuk mengenai jarak antarlapak, untuk mengurangi potensi persaingan yang tidak sehat. Dengan demikian, norma di kawasan Cheng Hoo lebih banyak dijaga melalui hubungan sosial, kepercayaan, dan reputasi antarpedagang. Efektivitasnya sangat bergantung pada kedekatan hubungan sosial yang terjalin, sehingga ketika hubungan tersebut melemah atau persaingan semakin tinggi, kepatuhan terhadap norma juga cenderung menurun.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Pertimbangan dalam Implementasi Moral Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai dan norma moral ekonomi oleh pedagang durian tidak dapat dipisahkan dari kondisi yang mereka hadapi dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Setidaknya terdapat empat pertimbangan utama yang memengaruhi bagaimana nilai-nilai tersebut diterapkan. Pertama, kondisi pasar dan kepentingan ekonomi. Ketidakstabilan jumlah pembeli serta karakteristik durian yang mudah rusak membuat pedagang harus mengambil keputusan yang bersifat fleksibel. Informan T, H, Y, dan Y, misalnya, memilih menyesuaikan harga jual agar durian tetap terjual dan kerugian dapat diminimalkan.

Kedua, persaingan antarpedagang. Meskipun setiap pedagang berusaha menarik pembeli, mereka tetap berupaya menjaga hubungan baik dengan sesama pedagang. Informan B, HR, S, dan E mengungkapkan bahwa mereka menghindari tindakan yang dapat memicu perselisihan, seperti merebut pelanggan atau menjatuhkan pedagang lain. Sikap tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha tetap dibatasi oleh norma yang telah berkembang di lingkungan perdagangan.

Ketiga, kepercayaan dan pelayanan kepada pembeli. Informan H, T, H, dan A memandang kejujuran, keramahan, serta pelayanan yang baik sebagai bagian penting dalam mempertahankan pelanggan. Bagi mereka, pembeli yang merasa puas cenderung kembali berbelanja dan merekomendasikan lapak kepada orang lain. Oleh karena itu, menjaga kepercayaan konsumen dipandang sebagai investasi jangka panjang bagi keberlangsungan usaha.

Keempat, strategi mempertahankan usaha. Informan Y, Y, E, dan HR menjelaskan bahwa mereka sering kali harus menyeimbangkan keinginan untuk tetap berpegang pada nilai-nilai moral dengan tuntutan ekonomi yang dihadapi. Keterbatasan modal, kebutuhan memenuhi pengeluaran sehari-hari, serta risiko kerugian membuat pedagang tidak selalu berada pada situasi yang mudah ketika mengambil keputusan dalam berdagang.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa praktik moral ekonomi pedagang durian di kawasan Cheng Hoo tidak bersifat tetap, melainkan menyesuaikan dengan situasi yang dihadapi. Hal ini sejalan dengan pandangan Evers (1994) yang menjelaskan bahwa tindakan ekonomi tidak hanya didorong oleh keinginan memperoleh keuntungan, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan sosial dan nilai-nilai yang berkembang dalam komunitas. Dengan demikian, moral ekonomi yang dijalankan pedagang merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara tuntutan ekonomi dan tanggung jawab sosial agar usaha tetap dapat bertahan sekaligus kepercayaan dari pembeli dan sesama pedagang tetap terpelihara.

Analisis: Dilema Pedagang, Durian Tewel, dan Konsep Moral Ekonomi Situasional-Terstratifikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trader's dilemma* yang dikemukakan Evers (1994), yaitu dilema antara mengejar keuntungan dan menjaga hubungan sosial, tidak dialami dengan cara yang sama oleh seluruh pedagang di kawasan Cheng Hoo. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh posisi masing-masing pedagang dalam struktur usaha. Juragan memiliki kewenangan untuk menentukan harga, memberikan garansi, atau memutuskan penggantian durian kepada pembeli. Sebaliknya, karyawan lebih banyak berhadapan langsung dengan pembeli dalam proses transaksi, tetapi tidak memiliki kewenangan penuh untuk mengambil keputusan yang

berkaitan dengan kerugian ekonomi. Kondisi ini menunjukkan bahwa tanggung jawab dalam melayani pembeli tidak selalu diikuti dengan kewenangan yang sama dalam menentukan kebijakan.

Dilema tersebut juga berubah sesuai dengan kondisi perdagangan yang dihadapi. Ketika stok durian masih baik dan jumlah pembeli relatif ramai, pedagang lebih mudah menerapkan keterbukaan serta memberikan jaminan kepada pembeli. Namun, ketika permintaan menurun dan kualitas durian mulai menurun karena terlalu lama disimpan, pedagang dihadapkan pada pilihan yang lebih sulit. Sebagian memilih menurunkan harga atau menjual durian dengan harga obral agar tidak mengalami kerugian, sedangkan dalam beberapa kasus ditemukan praktik mencampurkan durian dengan kualitas yang berbeda. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan nilai moral cenderung lebih kuat kepada pembeli yang berpotensi menjadi pelanggan tetap. Hubungan antarpedagang pun lebih erat dalam kelompok yang memiliki kedekatan sosial atau berada dalam jaringan juragan yang sama dibandingkan dengan pedagang di luar jaringan tersebut.

Fenomena *durian tewel* menjadi gambaran yang menunjukkan bagaimana berbagai persoalan dalam perdagangan dapat terjadi secara bersamaan. Karakteristik durian yang kualitas bagian dalamnya tidak dapat diketahui sebelum dibelah, perbedaan informasi antara pedagang dan pembeli, tuntutan untuk menghabiskan stok, serta besarnya pengaruh reputasi terhadap keberlangsungan usaha saling berkaitan dalam kasus ini. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga kondisi yang menyebabkan pembeli menerima durian yang bermasalah. Pertama, ketidakpastian alami karena baik pedagang maupun pembeli sama-sama tidak mengetahui kondisi bagian dalam buah sebelum dibuka. Kedua, kelalaian, seperti kesalahan dalam proses penyortiran atau kurang tepatnya informasi yang disampaikan kepada pembeli. Ketiga, tindakan yang dilakukan secara sengaja dengan tidak menyampaikan informasi mengenai kualitas durian demi mempertahankan penjualan. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua kasus *durian tewel* dapat dipahami sebagai bentuk penipuan yang dilakukan secara sadar oleh pedagang.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui konsep asimetri informasi dari Akerlof (1970). Dalam transaksi durian, pedagang umumnya memiliki informasi yang lebih banyak mengenai asal, tingkat kematangan, dan cara penyimpanan buah dibandingkan pembeli. Sementara itu, kualitas bagian dalam durian baru dapat dipastikan setelah buah dibelah. Untuk mengurangi kesenjangan informasi tersebut, pedagang biasanya membuka durian di hadapan pembeli, memberikan kesempatan untuk mencicipi, serta menawarkan garansi apabila durian yang diterima tidak sesuai. Jika dilihat melalui perspektif Goffman (1959), tindakan tersebut merupakan cara pedagang membangun kesan sebagai penjual yang jujur dan dapat dipercaya. Akan tetapi, ketika tekanan untuk menjual stok semakin besar, kesenjangan informasi tersebut juga dapat dimanfaatkan sehingga risiko kualitas lebih banyak ditanggung oleh pembeli. Dampaknya menjadi semakin luas ketika keluhan tersebar melalui media sosial. Reputasi yang semula hanya berkaitan dengan satu lapak akhirnya berkembang menjadi stigma terhadap seluruh pedagang durian di kawasan Cheng Hoo, termasuk mereka yang selama ini berusaha menjaga kualitas dagangannya.

Melalui proses *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*, penelitian ini menghasilkan kategori inti berupa penyesuaian praktik moral ekonomi dalam menjaga keberlangsungan usaha sekaligus mempertahankan kepercayaan sosial. Berdasarkan kategori inti tersebut, penelitian ini merumuskan konsep **moral ekonomi situasional-terstratifikasi**, yaitu praktik moral ekonomi yang penerapannya dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi pedagang, posisi mereka dalam struktur usaha, sumber daya dan kewenangan yang dimiliki, serta hubungan sosial yang

terbangun dengan pembeli maupun sesama pedagang. Temuan ini memperluas pemikiran Evers (1994). Jika Evers menjelaskan adanya dilema antara kepentingan ekonomi dan tanggung jawab sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa cara pedagang menghadapi dilema tersebut tidak selalu sama. Praktik moral ekonomi dapat menguat, melemah, atau berubah sesuai dengan kondisi pasar, posisi pedagang dalam struktur usaha, serta hubungan sosial yang mereka miliki.

Tabel Pemetaan Grounded Theory

Kategori Empiris (Axial Coding)	Selective Coding
Struktur usaha dan ketimpangan kewenangan antara juragan dan karyawan	Moral ekonomi terstratifikasi
Tekanan pasar (stok menumpuk, risiko pembusukan) dan perubahan penerapan nilai	Moral ekonomi situasional
Kepercayaan dan hubungan transaksi berulang dengan pembeli	Moral ekonomi relasional
Norma dan ketergantungan sosial antarpedagang	Moral ekonomi komunal terbatas
Sumber daya dan kemampuan menanggung kerugian dalam penyelesaian keluhan	Tanggung jawab moral kondisional
Asimetri informasi dan pembagian risiko kualitas durian	Pengalihan risiko kualitas
Penyebaran keluhan dan dampaknya terhadap citra kolektif pedagang	Reputasi moral kolektif

Sumber: Data Olahan Peneliti

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik perdagangan durian di kawasan Cheng Hoo, Pasuruan, tidak hanya didorong oleh tujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai moral, norma sosial, hubungan antarpedagang, kepercayaan pembeli, serta kondisi ekonomi yang dihadapi dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang jelas antara juragan sebagai pemilik lapak dan karyawan sebagai penjaga lapak. Juragan memiliki kewenangan dalam menentukan berbagai keputusan yang berkaitan dengan usaha, seperti penetapan harga dan pemberian garansi, sedangkan karyawan lebih banyak berinteraksi langsung dengan pembeli tetapi memiliki kewenangan yang terbatas dalam mengambil keputusan. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan antara tanggung jawab yang dijalankan dan otoritas yang dimiliki oleh masing-masing pihak.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pedagang berpedoman pada nilai-nilai moral berupa kejujuran, tanggung jawab, pelayanan, kerukunan, solidaritas, harga diri, dan keadilan. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pembeli maupun hubungan baik dengan sesama pedagang. Namun, penerapannya tidak selalu sama dalam setiap situasi. Kondisi pasar, kualitas stok durian, kemampuan modal, karakter pembeli, serta tekanan ekonomi memengaruhi cara pedagang menerapkan nilai-nilai tersebut dalam praktik perdagangan.

Norma yang berlaku di kawasan Cheng Hoo sebagian besar merupakan aturan tidak tertulis yang dijaga melalui mekanisme sosial informal. Kepatuhan terhadap norma dipelihara melalui teguran antarpedagang, pengaruh pedagang yang lebih senior, berkurangnya dukungan dari sesama pedagang, kehilangan kepercayaan pembeli, hingga munculnya rasa bersalah ketika melakukan kesalahan. Meskipun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa belum terdapat mekanisme formal yang kuat dari paguyuban maupun pengelola kawasan dalam mengatur dan menegakkan norma perdagangan. Akibatnya, efektivitas norma lebih banyak bergantung pada kedekatan hubungan sosial di antara para pedagang.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan moral ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh keyakinan moral pedagang, tetapi juga oleh berbagai pertimbangan praktis, seperti kondisi pasar, kemampuan menanggung kerugian, dan risiko terhadap reputasi usaha. Ketika kondisi pasar mendukung, pedagang cenderung lebih mudah menerapkan keterbukaan, memberikan pelayanan yang baik, dan menawarkan garansi kepada pembeli. Sebaliknya, ketika penjualan menurun dan risiko kerugian meningkat, pedagang dihadapkan pada dilema yang lebih besar dalam mempertahankan nilai-nilai tersebut.

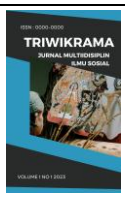
Berdasarkan keseluruhan temuan, penelitian ini merumuskan konsep moral ekonomi situasional-terstratifikasi, yaitu praktik moral ekonomi yang penerapannya dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi pedagang, posisi mereka dalam struktur usaha, sumber daya dan kewenangan yang dimiliki, serta hubungan sosial yang terbangun dengan pembeli maupun sesama pedagang. Dengan kata lain, moral ekonomi tidak diterapkan secara tetap, tetapi terus disesuaikan dengan kondisi yang berkembang dalam aktivitas perdagangan.

Fenomena *durian tewel* menjadi contoh yang menunjukkan bahwa persoalan kualitas produk, perbedaan informasi antara pedagang dan pembeli, serta penyebaran informasi melalui media sosial dapat memengaruhi reputasi seluruh kawasan perdagangan, meskipun masalah tersebut berawal dari satu transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar pedagang meningkatkan keterbukaan mengenai kualitas produk, paguyuban menyusun kesepakatan bersama dan mekanisme penyelesaian keluhan, serta pemerintah daerah memberikan pendampingan dalam perlindungan konsumen dan penataan kawasan perdagangan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan pembeli, petani, dan pengelola kawasan sebagai informan, membandingkan praktik moral ekonomi di pasar wisata dan pasar tradisional, serta menguji konsep moral ekonomi situasional-terstratifikasi pada komoditas mudah rusak lainnya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif maupun metode campuran.

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. https://doi.org/10.2307/1879431

Anas, M., & Putri, G. S. (2025, 9 Februari). Viral video “Duren Tewel”, pedagang Cheng Ho pastikan durian mereka berkualitas. Kompas.com. https://surabaya.kompas.com/read/2025/02/09/144723278/viral-video-duren-tewel-pedagang-cheng-ho-pastikan-durian-mereka



Arkandia, L. D., Jalaludin, & Mustain. (2022). Etika bisnis pedagang buah-buahan dan kesejahteraan dilihat dari perspektif Islam di Desa Sesaot Kabupaten Lombok Barat. Journal of Economics and Business.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan. (2025). Kabupaten Pasuruan dalam angka 2025. BPS Kabupaten Pasuruan.

Charmaz, K. (2014). Constructing grounded theory (2nd ed.). SAGE Publications.

Chu, X., Wang, R., Lin, Y., & Li, Y. (2022). Building trust in online trade-in programs with a blockchain-enabled system. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 164, 102833. https://doi.org/10.1016/j.tre.2022.102833

Coleman, J. S. (1990). Foundations of social theory. The Belknap Press of Harvard University Press.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Damayanti, D., Widjaja, S. U. M., & Hermawan, A. (2020). Moralitas ekonomi dalam perspektif budaya pada mahasiswa [Disertasi doktor, Universitas Negeri Malang].

Evers, H.-D. (1994). The moral economy of trade: Ethnicity and developing markets. Routledge.

Fairuz, D. S., Sahri, S., & Huzaini, M. (2022). Etika bisnis dan kesejahteraan pedagang pakaian bekas di Pasar Tradisional Masbagik dalam perspektif ekonomi Islam. Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ginting, M., & Anugrahini, T. (2023). Development of the social capital of street vendors in maintaining their existence on land owned by the Ministry of Home Affairs. Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS, 10(1), 63–74. https://doi.org/10.21831/hsjpi.v10i1.60428

Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. Anchor Books.

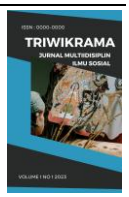
Harsono, I., Kumagaya, J. P., Utami, D. C., Utami, E. Y., & Nasution, M. A. (2024). Analisis komparatif harga produk sembako di pasar modern dan pasar tradisional terhadap daya beli masyarakat. Jurnal Ilmiah Edunomika, 8(2).

Indriani, H. L., Agustina, U., Dahar, U. T., & Agustiawan, A. (2024). Peran etika bisnis terhadap kepercayaan konsumen. Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi, 2(2), 173–184.

Jacquemet, N., Luchini, S., Shogren, J. F., & Zylbersztejn, A. (2024). Commitment to the truth creates trust in market exchange: Experimental evidence. Games and Economic Behavior, 148, 279–295.

Kanitsar, G. (2023). Putting morals into economics: From value neutrality to the moral economy and the economization of morality. European Journal of Sociology, 64(1), 31–60. https://doi.org/10.1017/S0003975623000012

Ksanjaya, R., & Rahayu, E. T. (2022). Motivasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler futsal di SMA Negeri 1 Blanakan. Jurnal Pendidikan dan Konseling, 4(5).



Marx, K. (1976). Capital: A critique of political economy (Vol. 1; B. Fowkes, Trans.). Penguin Books.

Masruchin, M. (2018). Etika individu dan organisasi dalam bisnis. Istithmar: Journal of Islamic Economic Development, 2(1).

Matthew, A., & Stefan, E. (2024). Transparansi dan kejujuran terhadap pengiklanan online. Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara, 1(3), 4567–4575.

Mayasari, M. (2021). Rasionalitas dan moralitas dalam pembelajaran ekonomi. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 21(2), 795. https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1566

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Nazella, L., & Hidir, A. (2023). Modal sosial pedagang durian di Kota Pekanbaru. SEMAR: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat, 1(1), 8–13. https://doi.org/10.59966/semar.v1i01.51

Nerlin. (2021). Karakter kejujuran pada pedagang dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Wua-Wua Kendari. SELAMI IPS, 14(1), 10–20. https://doi.org/10.36709/selami.v14i1.54

Nizar, M. (2017). Prinsip kejujuran dalam perdagangan versi Al-Qur'an. Mafhum, 2(2), 309–320.

Pamela, D. A. (2025, 13 Februari). Viral warga kapok tertipu durian tewel di Pasar Cheng Hoo Pasuruan. Liputan6.com. https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5919354/viral-warga-kapok-tertipu-durian-tewel-di-pasar-cheng-hoo-pasuruan

Pernando, O. R., Berliandes, W., & Juliyani, E. (2024). Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis dalam transaksi e-commerce: Membangun kepercayaan konsumen. Ebisnis Manajemen, 2(4), 51–59.

Puspita, D., Nugroho, P., Wahyuningtyas, S. E., Yandistara, M. S., Nugraheni, D. K., Sihombing, C. N., Prasojo, R. I. I., Laia, E. P. C., & Salakory, M. J. S. (2023). Pengolahan durian berkualitas rendah di Desa Cukilan agar bernilai tambah tanpa meninggalkan limbah. Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 68–77. https://doi.org/10.24246/jms.v4i12023p68-77

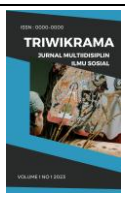
Radar Bromo. (2024). Suasana perdagangan durian musiman di kawasan wisata Cheng Hoo Pasuruan. Radar Bromo.

Rahmawati, D. A., & Faraby, M. E. (2023). Implementasi etika bisnis Islam pedagang muslim pada destinasi wisata Pantai Lombang. Jurnal Industri Pariwisata.

Reniati, I., & Fauzi, A. (2022). Peran modal sosial pada digitalisasi perdagangan. Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.

Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

Rohmawati, R. W., Tazid, A., Triristina, N., & Fikria, E. Z. (2024). Modal sosial sebagai strategi survivalensi pengrajin tempe di Desa Tembarak Kecamatan Kertosono. Journal of Public Power, 8(2), 16–25.



Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11(1), 318–330.

Santina, R. O., Hayati, F., & Oktarina, D. R. (2021). Analisis peran orang tua dalam mengatasi perilaku sibling rivalry anak usia dini. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2(1).

Setyaningrum, P. (2025, 10 Februari). Apa itu "durian tewel" yang viral di Pasar Wisata Cheng Ho? Simak penjelasan dan cara menghindarinya. Kompas.com. https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2025/02/10/155647088/apa-itu-durian-tewel-yang-viral-di-pasar-wisata-cheng-ho-simak?page=all

Sriyana, S., & Bumbun, B. (2021). Dinamika sosial pedagang di Pasar Blauran Kota Palangka Raya. Jurnal Sociopolitico, 3(1), 16–25.

Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. SAGE Publications.

Tian, Y., Ang, J. S., Fu, P., Ma, C., & Wang, X. (2024). Does social trust mitigate insiders' opportunistic behaviors? Evidence from insider trading. Global Finance Journal, 59, 100907. https://doi.org/10.1016/j.gfj.2023.100907

van Eck, E., & Rath, J. (2024). Stigmatizing street vendors and market traders: The case of Amsterdam from a historical perspective. Journal of Urban History, 50(6), 1338–1355. https://doi.org/10.1177/00961442221140889

Wardhani, N. K. (2024). Pengantar etika bisnis. Anak Hebat Indonesia.

WartaBromo. (2025, 2 Februari). Gara-gara durian viral mentah mirip tewel, dua ketua komisi DPRD Pasuruan sidak ke Pasar Cheng Hoo. WartaBromo.

Wear, N. H., Sistianinggaluh, W., & Rubiyanto. (2023). Mendobrak stigma negatif: Rebranding sebagai pendekatan strategis dalam mengukuhkan kepercayaan konsumen. Jurnal Cakrawala Repositori IMWI, 6, 1642–1662. https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i5.491

Weber, M. (1978). Economy and society: An outline of interpretive sociology (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press.

Yunara, I. S., Nazori, N., & Martaliah, N. (2023). Moralitas tindakan ekonomi pedagang Pasar Kamis Sungai Manau Kabupaten Merangin Provinsi Jambi. Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah, 1(3), 83–98. https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i3.286

Zulhijahyanti, H., Safira, K. A. A., Saputri, L. L., & Permana, E. (2021). Strategi mempertahankan usaha pedagang kaki lima (PKL) di masa pandemi COVID-19. INOVASI, 8(1), 1–29. https://doi.org/10.32493/Inovasi.v8i1.p21-29.11490