

Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Kebon Watu Gede

a,^{1,*} Ulya Minata Rusdiati, b,² Effi Wahyuningsih, c,³ Mohammad Abdul Munjid, d,⁴ Mohammed Hafiz Ali Wafa

a,b,c Institut Islam Nahdlatul Ulama (INISNU) Temanggung, Indonesia; b International Institute for Halal Research and Training (INHART), International Islamic University Malaysia (IIUM), Malaysia

¹ ulya@gmail.com; ² effi.widoyo@inisnu.ac.id; ³ m.abdulmunjid@gmail.com; ⁴ aliwafa.baru123@gmail.com

*Correspondent Author

Received: 17 Oktober 2023

Revised: 21 November 2023

Accepted: 20 Desember 2023

KEYWORDS

*Business Ethics;
Islamic Business Ethics;
Traders;
Markets..*

ABSTRACT

Islamic Business Ethics is a procedure for studying right or wrong behavior in doing business based on Islamic values. The values or principles that exist in Islam include the principle of unity, the principle of balance or justice, the principle of free will, the principle of honesty and the principle of responsibility. This research was conducted to test how knowledgeable the Kebon Watu Gede Market traders are. There were 31 informants in this study including 26 traders, 1 manager, and 5 buyers of Kebon Watu Gede Market. This type of research is using field research to obtain accurate information regarding existing phenomena. Data collection techniques using observation and interviews. The results showed that the level of understanding of Kebon Watu Gede Market traders had reached the highest stage (extrapolation), and Kebon Watu Gede Market traders had applied the principles of Islamic business ethics.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Pendahuluan

Era globalisasi yang semakin pesat membuat masyarakat bergantung kepada teknologi, bahkan semua kegiatan manusia selalu berhubungan dengan teknologi seperti halnya kegiatan ekonomi (Kholis & Yunita, 2023). Perdagangan merupakan salah satu penggerak pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) perekonomian tumbuh sebesar 5,31%, dimana dari sisi produksi pertumbuhan tertinggi terjadi di lapangan usaha dan perdagangan (Badan Pusat Statistik). Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dengan pembeli. Pasar memberikan kenyamanan tersendiri untuk sebagian orang, karena masyarakat bisa secara langsung memilih barang yang dibutuhkan dari segi kualitas maupun kuantitas.

Seiring berjalannya waktu diikuti dengan kemajuan teknologi perkembangan ekonomi yang sangat pesat dan persaingan bisnis semakin ketat, menyebabkan pelaku bisnis melakukan segala cara untuk memperoleh keuntungan tanpa memperdulikan etika yang ada didalamnya. Pasar tradisional menjadi pasar yang kental dengan budaya sopan santunnya karena didominasi masyarakat pedesaan, akan tetapi sering ditemukan penjual yang berperilaku kurang sopan (Siti Nurjanah, 2022). Hal tersebut tentunya bertolak belakang dengan etika bisnis yang ada di dalam pasar tradisional.

Etika bisnis merupakan seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan perilaku benar atau salah, baik atau buruk (Ahmad Syafiq). Secara sederhana, dengan mempelajari etika bisnis maka dapat menjalankan bisnisnya dengan benar dan terhindar dari perilaku yang tidak baik. Dalam perspektif ekonomi Islam, etika bisnis memberikan peranan yang penting yaitu dengan mengarahkan perilaku pelaku bisnis agar tidak melakukan pelanggaran dari unsur moral dan spiritual dalam menjalankan bisnisnya (Tyas Fariha Syahputri, Sri Abidah Suryaningsih).

Banyak pelaku bisnis yang tidak memahami etika-etika yang harus diterapkan dalam berbisnis, mereka enggan mencari tahu hal-hal apa saja yang harus dilakukan sebagai seorang pelaku bisnis. Terkadang ada orang yang berasumsi dengan berpegang pada etika bisnis dapat menyebabkan keuntungan yang didapatkan lebih sedikit, padahal dengan menerapkan etika bisnis dapat menjadikan bisnis yang berhasil (Kees Bertens, 2013). Tetapi fakta di lapangan masih terdapat sebagian pelaku bisnis yang mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya menggunakan cara yang tidak dibenarkan dalam aturan Islam, padahal dalam ajaran Islam ada ketentuan aturan yang harus berpedoman pada iman dan moral (Nilam Sari, 2018). Etika bisnis sering diabaikan karena masih beranggapan bahwa dengan menerapkan etika bisnis akan mempersempit ruang gerak keuntungan dari usaha yang dijalankannya.

Penyimpangan etika bisnis sering terjadi di pasar tradisional, dimana banyak yang bekerja sebagai pelaku bisnis karena harus mendapatkan penghasilan, supaya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penerapan etika bisnis sangat diperlukan untuk membangun kegiatan bisnis mengingat fakta-fakta bahwa aktivitas perdagangan memburuk dikarenakan ulah pelaku bisnis yang tidak memiliki moral dan etika yang baik dalam melakukan usahanya (Kataruddin Tiakoly, 2019). Hal tersebut dapat terjadi karena pedagang yang tidak memiliki ketrampilan saat menjalankan usahanya, dimana mereka bekerja sebagai jalan untuk mendapatkan penghasilan.

Sebagaimana Pasar Kebon Watu Gede yang merupakan salah satu pasar tradisional yang menyajikan produk khas jaman dahulu yang terletak di Dusun Jetak desa Sidoarjo Kecamatan Bandongan Magelang Jawa Tengah. Dimana pasar tersebut masih kental dengan budaya daerah setempat, oleh karena itu yang menjadi pedagang merupakan penduduk asli Dusun Jetak. Berdasarkan pengamatan didapatkan beberapa permasalahan terkait dengan etika bisnis Islam, seperti halnya harga yang ditetapkan relative lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ada dipasaran (Suriadi, 2022), yang mana para pedagangnya merupakan pedagang dadakan yang melakukan kegiatan bisnis di Pasar Kebon Watu Gede, beberapa pedagang melakukan pelayanan yang kurang baik kepada pembeli, dan berkata yang tidak sesuai dengan barang aslinya (Ulya Minata, 2023).

Hal-hal tersebut merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, karena menyimpang dari aturan yang ada. Berdasarkan survei faktor-faktor yang menjadi penyebab kurangnya pemahaman etika bisnis di Pasar Kebon Watu Gede dapat terjadi karena pelaku bisnis yang melakukan perdagangan sebelumnya bekerja sebagai petani serabutan, yang mana tidak asli berprofesi sebagai pedagang asli. Hal itu dibuktikan dengan para pedagang yang mengandalkan kemantapan saat melakukan perdagangan. Para pedagang juga memulai berdagang diusia yang sudah relative tua, sehingga mereka kurang memiliki pengetahuan terkait dengan etika apa saja yang harus dilakukan saat melakukan kegiatan bisnis (Minata). Hal-hal tersebut

dapat menjadikan kurangnya pemahaman etika bisnis Islam yang harus dilakukan sebagai seorang pedagang.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (Syaiful Anam, 2023), dimana peneliti melakukan wawancara secara langsung bersama pedagang, pembeli dan pengelola Pasar Kebon Watu Gede. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana peneliti membuat gambaran umum yang mendeskripsikan permasalahan terkait dengan pemahaman etika bisnis Islam pedagang Pasar Kebon Watu Gede

Hasil dan Pembahasan

Konflik dalam Dunia Kebenaran

Secara etimologi konflik berasal dari kata conflict (Inggris), atau dari kata latinnya *confligere* yang berarti: "saling memukul" (Max Webber). Konflik juga bisa didefinisikan sebagai "a fight, a collision; a struggle, a contest; opposition of interest, opinions or purposes; mental strife, agony" (Suatu pertarungan, suatu benturan; suatu pergulatan, pertentangan kepentingan-kepentingan, opini-opini, atau tujuan-tujuan; pergulatan mental, penderitaan batin) (Hoda Lacey).

A. Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam

Data Observasi dan wawancara menghasilkan empat poin, yang pertama terdapat pedagang yang memang sudah paham terkait dengan etika bisnis Islam dan sudah diterapkan dalam kegiatan berdagangnya. Hal ini dibuktikan dengan hasil observasi dan wawancara terdapat kesamaan, data penelitian didapatkan 13 (tiga belas) pedagang yang sesuai antara hasil wawancara dan hasil observasi yang dilakukan peneliti. Para pedagang tersebut diantaranya Ibu Ftr, Ibu Um k, Ibu Msy, Ibu Ng, Ibu St Zm, Bapak Dw s, Ibu Ik, Ibu Zn, Ibu Nk h, Ibu Rnt, Ibu Asn, Ibu B U, dan Ibu Srp.

Yang kedua, pedagang Pasar Kebon Watu Gede dalam hasil wawancara belum paham terkait dengan etika bisnis Islam, tetapi pada saat melakukan kegiatan berdagangnya ternyata sudah menerapkan etika yang ada dalam agama Islam. Hal ini secara tidak langsung pedagang tersebut dapat dikatakan sudah memahami etika bisnis Islam, tetapi kurang mengetahui bahwa hal-hal tersebut sudah termasuk dalam kategori prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Data penelitian tersebut didapatkan 7 (tujuh) pedagang diantaranya Ibu Ftm, Ibu Khl, Ibu Mst, Ibu Mnt, Ibu Tm, Ibu Rrn, dan Ibu Ks.

Yang ketiga, Pedagang Pasar Kebon Watu Gede dalam wawancara bersama peneliti mengatakan paham, sedangkan observasi yang dilakukan peneliti pedagang tersebut kurang memahami etika bisnis Islam. Hasil ini didapatkan hanya 3 (tiga) pedagang saja, pedagang tersebut diantaranya Ibu Krm, Ibu Ng, dan Ibu Sdr.

Sedangkan yang keempat, didapatkan data bahwa pedagang Pasar Kebon Watu Gede memang tidak paham terkait dengan etika bisnis Islam. Hasil wawancara dan observasi didapatkan 3 (tiga) pedagang, pedagang tersebut diantaranya Ibu Khr, Ibu Alm, dan Ibu Spr.

Pedagang Pasar Kebon Watu Gede didapatkan data bahwa sebenarnya para pedagang sudah mengetahui hal-hal apa saja yang dibenarkan dan dilarang oleh ajaran agama Islam, tetapi kurang memahami maksud dari pengertian etika bisnis Islam itu sendiri. Dimana kurangnya pemahaman tersebut dikarenakan pengetahuan dan

minimnya pendidikan yang ditempuh para pedagang itu sendiri, terlebih lagi mereka memulai menjalankan profesi sebagai pedagang dengan usia yang sudah tidak muda lagi.

Pada dasarnya tingkat pemahaman pedagang Pasar Kebon Watu Gede bermacam-macam, dengan cara memberikan pelayanan terbaik dengan cara menerapkan sikap ramah-tamah dan berperilaku sopan sesuai dengan versi pedagang itu sendiri. Sebagaimana yang disampaikan oleh Nana Sudjana (2013) bahwa pemahaman merupakan tingkatan kemampuan seseorang untuk mengartikan situasi yang diketahuinya (Nana Sudjana).

Berdasarkan tingkat pemahamannya para pedagang Pasar Kebon Watu Gede sudah pada tingkat pemahaman yang paling tinggi yaitu

ekstrapolasi, yaitu tingkat pemahaman yang dapat memecahkan persoalan. Peneliti menganalisis pemahaman menggunakan teori Sudjana (2012) yang membagi tingkatan pemahaman kedalam tiga kategori yaitu tahap awal atau tahap dasar, tahap kedua tingkatan penafsiran dan yang terakhir atau tahap paling tinggi yaitu tingkatan ekstrapolasi (Yohanes, Sutriyono).

Tahap pertama merupakan tingkatan paling awal atau tingkatan paling mendasar, dimana pemahaman diartikan sebagai langkah awal untuk menerjemahkan sesuatu.

Pada tingkatan ini, sebenarnya semua pedagang sudah melewatinya, dimana hal ini dibuktikan dengan sikap yang dilakukan para pedagang saat melayani pembeli. Mereka sudah bisa membedakan yang benar dan yang salah, tak hanya itu para pedagang juga sudah menerapkan perilaku yang baik dengan cara melakukan sikap ramah kepada pembeli.

Tahap kedua, merupakan tingkatan penafsiran atau biasa disebut dengan Tingkatan tahap kedua (interpretatif) dimana dalam tahap ini seseorang harus sudah mengetahui arti dari sesuatu hal yang dimaksud. Pada tingkatan ini para pedagang harus sudah mengetahui etika atau tata cara apa saja yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Dimana dalam pelaksanaannya dibuktikan para pedagang yang menjalankan usahanya dengan menerapkan sikap kejujuran dan selalu berlaku adil.

Tahap ketiga merupakan tahapan paling tinggi yaitu tingkatan ekstrapolasi. Yaitu para pedagang harus sudah mengetahui dan memahami prediksi tentang hasil yang dilakukan, sehingga diharapkan dapat mendapatkan solusi ketika terjadi permasalahan. Pada tingkatan ini pedagang harus bisa mengatasi permasalahan yang tidak menyenangkan atau bahkan dapat mengganggu yang muncul secara tiba-tiba, seperti halnya saat terjadi keluhan atau rasa kurang puas terkait dengan barang yang dibeli oleh pembeli. Pedagang tersebut harus sudah bisa menyikapi permasalahan tersebut, dan harus bisa mencari solusi dari permasalahan tersebut. Di dalam Pasar Kebon Watu Gede, hal tersebut sudah bisa disikapi oleh pedagang, walaupun tidak sepenuhnya memahami pada tingkatan ekstrapolasi ini.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa tingkat pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Kebon Watu Gede sudah sampai pada tahapan yang tertinggi atau tingkatan ekstrapolasi, dimana para pedagang sudah bisa mengambil tindakan jika ada sesuatu permasalahan yang tidak diharapkan. Dengan cara melakukan perbaikan dan lebih ditingkatkan kualitasnya, sehingga pembeli akan merasa puas.

B. Penerapan Etika Bisnis Islam

Pedagang di Pasar Kebon Watu Gede beragama Islam semua, dimana mereka memahami etika yang baik dan dibenarkan oleh ajaran agama Islam. Mereka yakin bahwa bekerja sesuai dengan syariat Islam akan memberikan manfaat dan keberuntungan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pedagang Pasar Kebon Watu Gede telah menerapkan lima prinsip yang sesuai dengan etika bisnis Islam yang sesuai dengan teori Nana Herdiana Abdurrahman, diantaranya: (Nana Herdiana Abdurrahman)

1. Prinsip Kesatuan

Prinsip ini sudah diterapkan pedagang Pasar Kebon dengan cara tidak membedakan pembeli. dan pelayanan yang diberikan sama. Harga jual yang dipergunakan juga sudah ditentukan pengelola pasar dengan mempertimbangkan banyak hal, sehingga pedagang tidak bisa menaikkan harga sesuka hatinya.

2. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan sangat berhubungan dengan keseimbangan antara hak penjual dan pembeli. Berdasarkan data yang telah didapatkan prinsip keadilan sudah dipahami dan diterapkan oleh pedagang Pasar Kebon Watu Gede dengan cara pelayanan yang diberikan sudah menerapkan sikap ramah tamah dan menjunjung tinggi perilaku sopan santun kepada pembeli. Para penjual tidak pernah memaksakan pembeli untuk membeli dagangannya, karena pembeli memiliki hak untuk memilih barang yang dikehendakinya. Maka dari itu para pedagang sudah menerapkan sikap tabligh yang berarti pedagang sudah mengetahui tugas dan kewajiban yang harus dilakukan.

3. Prinsip Kejujuran.

Berdasarkan data bahwa para pedagang Pasar Kebon Watu Gede sudah menerapkan sikap kejujuran, mereka percaya bahwa kejujuran merupakan modal agar orang lain percaya kepadanya. Prinsip ini ditunjukkan dengan penyampaian harga sudah ditetapkan oleh pengelola Pasar Kebon sehingga tidak ada yang bisa menaikkan harga dengan sembarangan. Rata-rata barang yang diperjual-belikan di Pasar Kebon Watu Gede termasuk barang yang fresh karena pasar ini hanya beroperasi dua bulan sekali, sehingga sulit untuk mendapatkan barang yang tidak bagus kualitasnya. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang kurang memperhatikan hal-hal tersebut. Tentunya ini sejalan dengan prinsip shidiq salah satu sifat Rasulullah SAW yang selalu menekankan untuk berperilaku jujur, sehingga tidak ada orang lain yang akan merasakan kerugian. Prinsip kejujuran juga sangat berkaitan dengan prinsip amanah, dikarenakan setiap perbuatan yang dilakukan pedagang yang selalu menekankan pada kejujuran akan mendatangkan prinsip amanah yaitu dapat dipercaya. Pedagang yang dapat dipercaya oleh pembeli diharapkan dapat membawa keberahan dan manfaat, dan nantinya akan menghasilkan keuntungan yang sama. Pembeli mendapatkan keuntungan dengan barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diinginkannya, sedangkan pedagang mendapatkan keuntungan dengan uang yang dihasilkan atas dasar keinginan pembeli.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip ini memberikan jawaban dari semua tindakan terdapat konsekuensinya. Semua hal yang dilakukan memiliki tanggung jawab masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pedagang Pasar Kebon Watu Gede yang menerapkan prinsip tersebut, dikarenakan masih ada pedagang yang hanya diam saja ketika terjadi masalah dengan barang dagangannya. Akan tetapi banyak pedagang Pasar Kebon yang bertanggung jawab dengan cara akan memperbaikinya lagi, sehingga para pembeli akan senang karena perkataannya dapat diterima oleh

pedagang. Hal ini membuktikan bahwa para pedagang Pasar Kebon Watu Gede belum sepenuhnya memiliki prinsip fathanah yang berarti pedagang sudah mengerti dan memahami tugas dan kewajiban sebagai seorang pedagang muslim.

5. Prinsip Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas merupakan tidak ada batasan bagi seseorang mendorong manusia aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya, kehendak bebas memberikan kebebasan seseorang untuk berperilaku namun tidak melanggar ajaran syariat Islam. Pada penelitian ini dibuktikan dengan pedagang yang tidak memaksakan pembeli untuk membeli barang dagangannya, dan membebaskan pembeli untuk membeli barang yang dikehendakinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agus Tarmo (2020) membahas tentang perilaku pedagang pasar terkait dengan etika bisnis Islam. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pedagang memahami etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam (Agus Tarmo). Pedagang Pasar Kebon Watu Gede sudah menerapkan lima prinsip etika bisnis yaitu prinsip kesatuan, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip tanggung jawab dan prinsip kehendak bebas yang sesuai dengan teori yang dikemukakan Nana Herdiana Abdurrahman (2013), maka dari itu pedagang Pasar Kebon Watu Gede dapat dikatakan sebagai pedagang yang beretika.

Kesimpulan

Pedagang Pasar Kebon Watu Gede sudah dapat dikatakan sebagai pedagang yang paham dengan etika bisnis Islam, hal ini terlihat dengan perilaku yang diterapkan pada saat melayani pembeli. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pedagang Pasar Kebon Watu Gede telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya prinsip kesatuan, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip tanggung jawab dan prinsip kehendak bebas. Maka dari itu Pedagang Pasar Kebon Watu Gede dapat dikatakan sebagai pedagang yang beretika Islam.

Daftar Pustaka

- Agus Tarmo. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo." Skripsi 21, no. 1 (2020): 1-9.
- Ahmad Syafiq. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96-113.
- Aldo, Bernando, Yosua Tambunan, Enzelina Sitanggang, and Iin Sintia. "The Importance of Applying Ethics in Business" 1, no. 1 (2022): 11-18.
- Alivameita, Andika. *Etika Administrasi Publik*. Edited by Muhammad Mustam. Semarang: Program Studi Doktor Administrasi Publik FISIP-UNDIP, 2017.
- Amini, Fuanni. "Penerapan Etika Bisnis Pada Pedagang Pasar Selasa." Skripsi (2021): 1-65.
- Anggereni, Sanith, and Khairurradzikin. "Efektivitas Pembelajaran Menggunakan Media Pembelajaran Macromedia Flash Dalam Meningkatkan Pemahaman Konsep Fisika Materi Hukum Newton." *Jurnal Biotek* 4, no. 2 (2016): 333.
- Aprianto, Iwan, Andriansah, Muhammad Qodri, and Mashudi Harianto. *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Sleman, Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, n.d.
- Arianty, Nel. "Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional." *Jurnal*

- Manajemen & Bisnis 13, no. 01 (2013): 18–29.
- Astuti, Rani, and Murniyetti Murniyetti. "Pelaksanaan Ibadah Shalat Pedagang Pasar Di Kelurahan Pariaman Tengah Kota Pariaman." *An-Nuha* 1, no. 4 (2021): 428–438.
- BPS. "Pertumbuhan Perekonomian Indonesia Tahun 2022." Badan Pusat Statistik.
- Cendrana. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Jual Beli Beras Di Pasar Tradisional Rappokaleleng Kabupaten Gowa." Skripsi (2021).
- Kholis, N., & Yunita, V. (2023). Interpretation of Hadith-Sunnah from Schacht ' s Perspective : Multidisciplinary Study. *Amorti : Jurnal Studi Islam Interdisipliner*, 2(3), 148–159.
- Nana Sudjana. *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, n.d.
- Nurani, and Teguh Wuryanto. "Analisis Saluran Distribusi Selektif Agen Dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan." *Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo* 1, no. 2 (2014): 23–34.
- Oemar Hamalik. *Psikologis Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2002.
- Oktavia, Yolanda, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, and Lina Auliana. "Strategi Alternatif Penetapan Harga Dengan Pendekatan Diskriminasi Harga Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Café Semanis Kamu." *Jurnal Bisnis Terapan* 5, no. 2 (2021): 233–248.
- Suriadi. (2022). Relasi Manajemen Keuangan dan Kualitas Lembaga Pendidikan Islam. *AMORTI: Jurnal Studi Islam Interdisipliner*, 1(2), 111–121.
- Syaiful Anam, H. N. (2023). *Metode Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, Eksperimen, dan R&D)*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif/w-bFEAAQBAJ?hl=id&gbpv=0