

Etika Dagang Islam Warung Kelontong Madura dalam Persepektif Muhammad Yunus

INFO PENULIS

Laurentius Dwi Agus Merdi N.
Universitas Sanata Dharma
damn17st@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2963-8933
Vol. 5, No. 1 Februari 2026
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp>

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penilisan Referensi:

Merdi N, L. D. A. (2026). Etika Dagang Islam pada Pengelolaan Warung Kelontong Madura menurut Gagasan Muhammad Yunus. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 5 (1), 870-879.

Abstrak

Perdagangan merupakan suatu kegiatan penting dalam kehidupan duniawi dan menjadi ungkapan kebudayaan seorang manusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktek dagang Islam pada warung kelontong Madura sebagai bentuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam perspektif pemikiran Muhammad Yunus, terutama terkait dengan nilai kerjujuran, keadilan, keberpihakan pada kaum kecil dan orientasi kesejahteraan sosial dalam aktifitas ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan anaisa - deskriptif dengan metode studi pustaka. Kepustakaan berasal dari literatur tentang warung kelontong Madura, etika dagang Islam dan pemikiran Muhammad Yunus mengenai persoalan ekonomi sosial dan pemberdayaan masyarakat kecil. Analisa data pustaka dilakukan secara tematik dengan pendekatan normatif sosiologis. Hasil dari penelitian ini secara umum telah menunjukkan bagaimana nilai- nilai etika dagang Islam telah dipraktekkan secara langsung oleh warung kelontong Madura sehingga terjadi sintesis etika dagang Islam dan gagasan Muhammad Yunus dalam pengelolaan warung kelontong Madura. Etika dagang Islam yang dipraktekkan ini memiliki relevansi yang kuat dengan pemikiran Muhammad Yunus tentang ekonomi berkeadilan dan berpihak pada kaum marginal.

Kata kunci: Etika dagang Islam, warung kelontong Madura, Muhammad Yunus, *microfinance*, *zero poverty*

Abstract

Trade constitutes an essential activity in worldly life and serves as an expression of human culture. This study aims to analyze Islamic trading practices in Madurese warung kelontong (small neighborhood grocery shops) as a form of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), viewed through the perspective of Muhammad Yunus's thought, particularly with regard to the values of honesty, justice, partiality toward the poor, and an orientation toward social welfare in economic activities. This research employs a qualitative-descriptive approach using a library research method. The sources consist of literature on Madurese warung kelontong, Islamic business ethics, and Muhammad Yunus's ideas concerning socio-economic issues and the empowerment of marginalized communities. The analysis of the literature data is conducted thematically using a normative-sociological approach. The findings of this study generally demonstrate that the values of Islamic business ethics have been directly practiced by Madurese warung kelontong, resulting in a synthesis between Islamic business ethics and Muhammad Yunus's ideas in the management of these small grocery shops. The Islamic business ethics practiced therein show strong relevance to Muhammad Yunus's vision of a just economy that is oriented toward and supportive of marginalized groups.

Keywords: Islamic business ethics, Madurese grocery shops, Muhammad Yunus, *microfinance*, *zero poverty*

A. Pendahuluan

Pada praktek kehidupan sehari-harinya, manusia seringkali menggunakan istilah dagang dengan melibatkan proses pemikiran, percakapan, perasaan dan tindakan nyatanya. Dagang adalah kegiatan menyediakan barang serta jasa untuk memenuhi keperluan masyarakat memakai prinsip tukar menukar. Barang atau jasa diproduksi, melewati beberapa tahap pendistribusian dan proses dagang sampai kepada masyarakat. Proses pendistribusian dan dagang inilah yang mendatangkan keuntungan atau laba bagi pihak pedagang. Masyarakat yang mengharapkan tersedianya barang serta jasa tertentu mau berproses untuk melakukan transaksi dagang dan akhirnya mendapatkan jawaban pemenuhan kebutuhannya. Semakin berkembangnya masyarakat dan kebutuhannya secara kualitatif serta kuantitatif, maka berakibat budaya dagangpun bisa terus berkembang sesuai apa yang diperlukan masyarakat. Perdagangan juga sangat membutuhkan etika dalam prakteknya (Zulkifli, 2024). Praktek etika dagang yang dipergunakan adalah etika dagang Islam yang sangat berpengaruh terhadap pola pikir, gagasan, karakteristik dan mentalitas masyarakat, khususnya di Indonesia.

Penelitian ini hendak menyampaikan etika dagang warung kelontong Madura dalam perspektif Muhammad Yunus sebagai praktik ekonomi kerakyatan, meskipun lahir dan berkembang tanpa kerangka teoritis formal. Warung kelontong ini berorientasi pada kepercayaan atau kedekatan sosial sehingga selaras dengan gagasan Muhammad Yunus tentang *social business* dan *microfinance* yang menempatkan manusia sebagai pusat kegiatan ekonomi. Alasan penulisan tema ini menjadi penting karena dalam kajian etika dagang dan ekonomi kerakyatan belakangan ini, perhatian banyak tertuju pada korporasi, usaha modern *frenchise* atau sistem keuangan formal, sementara praktik ekonomi mikro berbasis kearifan lokal seperti warung kelontong Marudra sering dipandang sebagai aktifitas subsistem dan luput dari analisis etis mendalam meski menopang perekonomian masyarakat. Selain itu, penelitian ini dibuat karena belum banyak kajian yang mensintesis etika dagang Islam UMKM lokal dengan teori kewirausahaan sosial Muhammad Yunus.

Ada kenyataan yang menarik dan terjadi akhir-akhir ini. Perkembangan perdagangan mikro dalam bentuk warung kelontong Madura yang menyediakan berbagai kebutuhan barang serta disertai dengan durasi buka 24 jam ternyata semakin diminati serta dibutuhkan oleh masyarakat. Usaha warung kelontong Madura di masa sekarang ini telah berkembang dan menjamur di mana-mana serta termasuk dalam UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) (Ardana et al., 2024). Model pengelolaan dagang semacam ini tentu saja berseberangan dengan warung *frenchise* atau retail. Pengelolaan warung kelontong Madura menerapkan etika dagang Islam pada prakteknya, lalu Etika dagang Islam semacam apa yang dipraktekkan oleh pedagang warung kelontong Madura?

Warung kelontong sebagai UMKM sudah menjadi penyokong utama perekonomian masyarakat di Indonesia, serta menyerap mayoritas tenaga kerja di berbagai sektor pendukungnya (Wafi et al., 2023). Kekhasan pengelolaan warung kelontong Madura sebagai salah satu usaha mikro tentu saja dipengaruhi oleh mentalitas, karakter serta budaya orang-orang Madura yang membukanya, namun tentu saja bisa dianalisa berdasarkan gagasan tokoh perekonomian mikro asal Bangladesh, yaitu Muhammad Yunus. Bagaimana Muhammad Yunus, terutama teorinya tentang zero poverty dan kewirausahaan sosial dapat dianalisa menurut konteks pengelolaan warung kelontong Madura? Selain itu, tulisan ini juga akan membahas sintesa etika dagang Islam yang dipraktekkan oleh warung kelontong Madura dan gagasan Muhammad Yunus yang mengembangkan perekonomian UMKM dalam masyarakat, khususnya etnis Madura yang sangat kental Islamnya (Alfiani et al., 2024).

Etika Islam yang menurut etimologinya berasal dari istilah *adab* dan *al-akhlaq* (akhlak) ialah etika serta moral penuntun yang berasal dari ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasul, Nabi Muhammad sendiri sebagai panutan dan contoh. Etika ini dapat dijelaskan dalam beberapa bentuk. Etika dalam hubungan antara manusia dengan Allah bisa dijelaskan dengan etika Tauhid, yakni manusia berusaha mengikuti dan menaati perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya (*hablul minallah*). Pada hubungannya dengan sesama insan, manusia bisa mengembangkan etika dari nalar sehat serta dapat dipertanggung-jawabkan dari budaya dan aturan sosial dan agama (*hablun minannas*). Pada akhirnya, hubungan antara manusia yang menggunakan alam mengalir dari pencerahan bahwa manusia diberi amanah menjadi khalifah untuk mengatur dan memelihara bumi. Moralitas hubungan yang baik dan buruk tersebut bagi manusia dengan pihak lain sejak semula sudah termaktub dalam Al-Quran serta Hadits yang mendasari etika Islam (Dzikrulloh, 2021).

Kajian tentang etika dagang dalam Islam ini sudah sejak lama diperbincangkan. Paling tidak semenjak abad ke-18, etika dagang adalah sebuah kajian penting dalam rumpun ilmu ekonomi. Banyaknya kecurangan, penipuan, serta pengkhianatan pada praktek dagang ialah alasan utama mengapa hingga saat ini etika dagang masih kontekstual serta ramai dibicarakan. Etika dagang dalam pandangan islam bersumber pada Al-Quran. Al-Quran mengatur kegiatan kehidupan menurut wujud konkretnya dalam etika perdagangan. Bagian dari Al-Quran yang mengajarkan etika perdagangan secara konkret terdapat di dalam surat Al-Baqarah. Surat Al-Qur'an yang kedua ini sebanyak 286 ayat serta menjadi panduan dalam pengembangan etika ekonomi Islam (Alfiani et al., 2024).

Etika dagang seorang muslim dibentuk oleh pegangan iman Islam yang menjadi arah hidup dan dipraktikkannya dalam membangun norma dasar baik dan buruknya tindakan. Muslimah yang menjalankan etika Islam tentu saja dituntut menjadi seorang yang takwa, amanah, cakap, berilmu, hemat, rajin, tekun dan lain sebagai. Selain itu, etika dagang mengarahkan seorang Islam untuk memiliki komitmen untuk berdagang dan berperilaku sehingga mencapai tujuan usaha dagang dengan baik (Budiman et al., 2025). Etika (akhlak) dalam Islam menjadi tuntunan untuk membangun etika yang baik dalam berdagang terutama berasal dari Al-Qur'an sehingga terciptalah relasi yang saling menguntungkan, harmonis dan tidak saling mengeksploitasi.

Menurut Syed Nawab Hadar di dalam bukunya "Etika dan Ekonomi", ada lima hal yang mendasar dalam etika dagang, yakni: tauhid sebagai dasar teologi aktifitas manusia termasuk berdagang, keseimbangan/ keadilan dalam berdagang, kehendak bebas/ ikhtiyar, tanggung jawab dan kebaikan. Tauhid adalah dasar dari seluruh aktifitas dagang yang dilandaskan pada kesadaran akan sifat keesaan Allah (Dzikrulloh, 2021). Dagang tidaklah boleh dipisahkan dari nilai religius dalam ibadah dan moral. Tujuan dagang untuk mencari keuntungan haruslah sesuai dengan perintah Allah. Keseimbangan atau keadilan harus diwujudkan dengan tidak merugikan siapapun juga yang melakukan transaksi. Tidak ada pihak yang dirugikan sehingga perlu untuk mengupayakan kejujuran, tidak tipu menipu, dan terbuka. Kehendak bebas/ ikhtiyar menjadi dasar untuk pengambilan keputusan dalam etika dagang. Manusia memiliki kebebasan untuk memutuskan ekonominya. Kebebasan ini tetap dibatasi oleh moral dan sesuai dengan syariah. Tanggung jawab harus dimiliki oleh pedagang untuk tindakannya, baik secara personal atau sosial, juga di hadapan Allah sendiri. Laba yang didapatkan harus bisa dipertanggung-jawabkan secara etis. Kebajikan harus dicapai oleh pelaku dagang. Etika dagang tidak hanya berhenti pada keadilan dan kebenaran, tetapi juga harus mendorong pada kebaikan sosial seperti: sedekah, tolong menolong dan bermanfaat bagi sesama (Kamil, 2021).

Selain prinsip sikap di atas, ada beberapa prinsip dalam perdagangan menurut Etika dagang Islam (Nilam et al., 2022), yakni: 1) Murabahah: proses dagang dalam komunikasi rinci antara penjual dan pembeli. Penjual akan memberikan rincian informasi terkait harga, kualitas, syarat dan lain sebagainya kepada pembeli sehingga transaksi dapat terlaksana dengan jujur dan baik. 2) Salam: proses perdagangan yang dilaksanakan ketika pembeli memesan kepada penjual. Pembeli memesan kepada penjual dengan memenuhi syarat tertentu, terlebih membayar uang muka atau lunas sebelumnya. Namun, jika barang atau jasa tidaklah sesuai dengan kesepakatan, penjual harus bertanggung jawab untuk menggantinya. 3) Istishna: proses perdagangan yang mirip dengan salam. Pembeli memesan barang pada awalnya kepada penjual, bedanya pembeli tidak memberi uang di awal. Syarat hal ini harus terpenuhi sesuai dengan kesepakatan awal pemesanan 4) Musyarakah: kesepakatan bersama untuk mendirikan usaha atau dagang dan mengelola bersama. Keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan yang dibuat di awal. 5) Mudharabah: kerjasama untuk usaha atau bisnis bersama dengan adanya pembagian fungsi dan peran antara pemilik dan pengelola. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama dengan adil sesuai kesepakatan awal (Dzikrulloh, 2021).

Orang Madura memiliki semangat kerja yang besar, etnis inipun juga sangat religius dan memiliki penghayatan iman Islam yang kuat. Sifat mereka sensitif dan sedikit tempramental dilatari oleh kebanggaan dan harga diri yang dimilikinya. Orang dari etnis madura memiliki sikap yang tegas dan pantang menyerah, sehingga seringkali digambarkan dalam ungkapan "abantal omba' asapo' angen" yakni istilah dalam bahasa mereka yang menggambarkan bahwa berbantal ombak dan berselimutkan anginpun mereka akan tetap maju. Makna dari ungkapan ini adalah bahwa orang Madura terikat dengan alam yang menantang dan terbiasa untuk berjuang (Raditya, 2020). Mereka juga menjalankan usaha dan kerjanya tanpa lelah. Bagi orang Madura, menyerah dan mundur bukanlah pilihan karena "harga diri" mereka yang tinggi yang tidak bisa dikalahkan oleh alasan apapun. Ungkapan ini juga ditambah dengan budaya carok

yang menjadi pertahanan sampai akhir terhadap nilai harga diri yang tinggi. Selain itu, perjuangan kecukupan ekonomi bagi etnis ini menjadikan mereka melakukan apa saja untuk bertahan hidup, termasuk merantau ke manapun (Hidayat, 2021). Dalam tradisi Madura, pembuatan warung kelontong 24 jam bukan hanya sekedar tempat jual beli dan mencari keuntungan, tetapi juga menjadi pusat interaksi sosial. Etika dagang Islam yang menjadi pondasi ekonomi mikro berupa warung kelontong Madura juga mendasari beberapa karakteristik dalam pengelolaannya. Prinsip hidup etnis Madura telah mengakarkan diri pada Etika Islam karena budaya dan cara hidup mereka mayoritas mengikuti agama tersebut. Dalam aktivitas perdagangan mereka mengupayakan untuk menjunjung tinggi kejujuran dan menjauhkan diri dari kecurangan (Tiakoly et al., 2024).

Pada pengelolaan dagang usaha warung kelontong Madura, nampaklah beberapa prinsip etika dagang yang dipegang teguh oleh etnis Madura, yakni: 1) Berdagang sesuai dengan syariat Islam: Al-Qur'an menyebutkan dengan jelas bahwa berdagang adalah jalan yang diperintahkan Allah untuk menyejahterakan manusia. Oleh karena itu, sebagai orang beriman, berdagang harus dijalani sebagai cara untuk meningkatkan martabat sebagai makhluk ciptaan Allah yang menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya seperti kecurangan dan kebathilan. 2) Berdagang dengan niat ibadah: surah An-Nur 27 dari Al-Qur'an menyampaikan: "Jangan sampai orang menjadi lalai untuk mengingat Allah karena jual beli atau perdagangan. Hendaknya perniagaan juga menjadi sarana sembayang dan memberi zakat." Pemilik warung kelontong Madura juga mengemban misi berjualan sebagai sarana untuk tidak lalai dalam ibadah dan zakatnya. 3) Berdagang harus amanah dan sesuai etika Islam: surat Al-Baqarah ayat 282 menyampaikan bagaimana aturan terkait dengan proses dagang tunai dan non-tunai yang harus diperhatikan ketika berdagang. Utamanya, sikap menjaga amanah yakni kepercayaan pelanggan, sering terlihat dalam praktik "utang harian" atau hutang warung tanpa bunga yang terjadi di warung kelontong Madura. 4) Mengambil keuntungan yang wajar: Al-Qur'an menyampaikan etika untuk berniaga atau berdagang secara jelas, yakni bahwa manusia jangan mengambil keuntungan melebihi kewajaran yang semestinya. Orang tidak boleh berdagang dengan melupakan kewajibannya kepada Allah dan sesama. Surat At-Taubah 24 menyampaikan bahwa "Janganlah kecintaan akan harta kekayaan yang diusahakan lebih dari cinta kepada Allah dan Rasul-Nya." 5) Berdagang dengan kejujuran (siddq) dan keadilan: pedagang harus menjaga takaran dengan jujur dan transparan soal kualitas barang. Inilah yang disebut sikap jujur. Sikap adil nampak dalam upaya untuk tidak memonopoli, tidak menekan pemasok kecil dan memberikan harga terjangkau sesuai kemampuan masyarakat sekitar. 6) Dilarang menipu dalam berdagang: penipuan dalam berdagang nampak dalam aneka macam bentuk sebagai kebalikan dari sikap jujur dan adil, salah satunya adalah penipuan kualitas barang, penggunaan pemberat dalam timbangan. Syu'aib menyampaikan: "Cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, janganlah kamu berbuat jahat dengan penipuan." 7) Dilarang menjual barang haram seperti alkohol, daging babi, dan sebagainya. Menunaikan beberapa hadis yang melarang penjualan barang haram, maka pengelola warung kelontong Madura juga tidak pernah menjual hal-hal tersebut. 8) Tolong menolong dalam berdagang (ta'awun): dalam hal ini pemilik warung sering memberi kelonggaran pembayaran kepada pelanggan miskin di sekitar warung kelontong Madura tersebut. Sebuah praktek filantropis sehari-hari yang dapat dijumpai di warung kelontong ini. 9) Larangan riba: warung kelontong Madura biasanya menghindari pinjaman ribawi dan lebih suka transaksi tunai atau cicilan tanpa bunga bagi pelanggannya. Beberapa poin tersebut ingin menunjukkan bahwa pengelolaan warung kelontong Madura memiliki etika yang menciptakan ekosistem ekonomi yang sederhana, egaliter dan humanis sehingga diminati oleh banyak orang di manapun (Veronika et al., 2024).

Selanjutnya, kita akan mencoba memahami gagasan Muhammad Yunus. Prof. Muhammad Yunus awalnya adalah seorang dosen dan pengajar ekonomi di sebuah universitas terkenal di Bangladesh. Keprihatinannya terhadap masalah ekonomi di negaranya bermula saat ini menjumpai kenyataan bahwa ada seorang perempuan desa yang menjadi "budak belian" seorang rentenir karena tidak mampu mengembalikan pinjaman sebesar 1 dolar untuk usahanya. Ia sangat terpuak mendapatkan data bahwa hampir sebagian besar orang miskin di Bangladesh tidak bisa mengakses bank umum karena bunga agunan yang tinggi. Oleh karenanya, pada tahun 1983, Muhammad Yunus mendirikan Grameen Bank (Yunus et al., 2007).

Sesudah keluar dari kehidupannya sebagai dosen dan profesor, Muhammad Yunus pada akhirnya menjadi seorang ekonom dan banker yang terkenal di Bangladesh, bahkan cukup banyak orang menghendakinya untuk menjadi presiden Bangladesh. Ia berhasil menerapkan ekonomi kredit mikro dengan menyediakan pinjaman dengan skala kecil untuk pengusaha miskin perempuan yang tidak bisa mengakses kredit dalam bank umum. Awal mula dari

kegelisahannya sebagai dosen dan pengajar adalah ketika menjumpai kondisi ekonomi negaranya yang disebut sebagai “termiskin di Asia” sehingga menjadikannya keluar dari teori-teori tentang ekonomi dan meninggalkan semuanya untuk terjun langsung ke lapangan kemiskinan di Bangladesh. Ia menggagas beberapa kultur dan usaha untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan.

Ilmu kredit mikro seperti digagas oleh Muhammad Yunus mulai berkembang dalam bentuk Grameen Bank di Bangladesh. Grameen bank adalah representasi dari bank rakyat kecil atau bank bagi orang miskin sehingga menjadi kunci sukses pengentasan kemiskinan yang digagas oleh Muhammad Yunus. Gagasan yang terkandung dalam Grameen bank ini adalah (Yunus, 2008): 1) Program pemberdayaan masyarakat yang disebut sebagai kewirausahaan sosial, 2) Fokus perhatian dan akses Grameen Bank bagi orang miskin, khususnya perempuan, 3) Peminjam perempuan dimotivasi untuk mulai menyimpan laba atau menabung, 4) Nasabah atau pengguna manfaat Grameen Bank juga berkesempatan memiliki saham Grameen Bank dan perusahaan-perusahaan di bawahnya. Dengan wujud perhatian dan model pengentasan kemiskinan ini, Muhammad Yunus telah mengajarkan kemandirian kepada nasabahnya sehingga terarah pada kondisi *zero poverty* (nol kemiskinan).

Gagasan Muhammad Yunus tentang *zero poverty* (Yunus, 2008) dapat dirumuskan sebagai berikut: Pertama, Grameen Bank sebagai buah pemikiran Muhammad Yunus tentang bank bagi rakyat miskin. Bank ini pertama-tama menjadi bank pedesaan yang secara khusus diperuntukkan bagi orang miskin atau kaum dhuafa, khususnya perempuan. Grameen Bank menjadi penyedia kredit untuk modal aneka macam usaha masyarakat dengan sistem ekonomi mikro yang selama ini mengalami kesulitan untuk mendapatkan pinjaman dari bank umum. Lewat Grameen Bank, Muhammad Yunus berusaha mendorong ekonomi rakyat miskin untuk semakin berkembang dengan memberikan pinjaman tanpa agunan atau jaminan berbeda dari kredit dari bank umum. Ada tiga kredit yang diberikan oleh Grameen Bank sehingga membantu perekonomian dan pertanian lebih maju: kredit usaha kecil produktif, kredit rumah dan kredit tanam. Grameen Bank lewat ketiga jenis kredit tersebut mampu mendorong orang miskin untuk keluar dari kondisi kemiskinannya.

Kedua, Kredit non-agenan, adalah gagasan Muhammad Yunus yang sangat berpengaruh dalam usaha pengentasan kemiskinan masyarakat di Bangladesh (Yunus, 2008). Gagasannya dimulai dari kepemilikan modal oleh masyarakat kecil atau kaum dhuafa. Kenyataannya, mereka tidak memungkinkan untuk memiliki modal dalam usaha. Oleh karena itu, Muhammad Yunus menyemangati dan memotivasi mereka supaya bisa mendapatkan pinjaman modal dari bank umum, tetapi pada kenyataannya pinjaman yang berasal dari bank umum selalu memiliki persyaratan yang berat dan rumit. Apalagi agunan bagi pinjaman dari bank umum pada umumnya cukup besar dan tidak memungkinkan untuk dikembalikan secara lancar oleh kaum dhuafa yang mayoritas perempuan. Mengetahui situasi semacam ini, Muhammad Yunus membuat Grameen Bank yang melaksanakan gagasan kredit tanpa agunan. Berawal dari gagasan inilah pada akhirnya berkembang lebih besar.

Bagi orang miskin, kredit tanpa agunan inilah yang menjadi pemecahan dalam menjalankan usahanya. Kesulitan meminjam di bank umum karena mereka tidak punya jaminan atau agunan karena miskin pada akhirnya terpecahkan dengan gagasan kredit non-agenan yang dibuat oleh Muhammad Yunus. Selain menguntungkan orang miskin atau dhuafa, kredit non-agenan ini sangat bermanfaat untuk menghalangi kekejaman rentenir yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan bunga yang sangat tinggi. Oleh karena itu penerapan kredit non-agenan ternyata mendorong ekonomi kerakyatan lebih kuat dan maju.

Ketiga, “Nabajug” atau pertanian modern. Pemikiran Muhammad Yunus dan kepeduliannya terhadap dunia pertanian didasarkan pada keprihatinan terhadap petani yang kurang memanfaatkan lahan secara maksimal. Petani hanya bisa menanam di lahannya saat hujan, sedangkan model pertanian lain kurang dikenal oleh petani Bangladesh. Irigasi yang sudah dibuat ternyata tidak dapat dimaksimalkan penggunaannya, mulai karena kondisi air yang tidak terbagi sempurna, sampai pada irigasi yang salah dalam pembuatan arah. Muhammad Yunus sesudah melihat keprihatinan ini pada akhirnya membuat gagasan pertanian kerja sama tiga pihak yakni pemilik lahan, petani penggarap dan Muhammad Yunus sendiri. Pemilik lahan akan meminjamkan lahannya kepada petani untuk digarap dan ditanami apapun oleh petani penggarap hanya saat kemarau saja. Petani penggarap dengan tenaga dan pengetahuan taninya akan mengerjakan sawah tersebut. Muhammad Yunus menjadi penyokong dalam ketersediaan bahan bakar pompa, bibit, pupuk ataupun peningkatan kapasitas dan pengetahuan pertanian. Keuntungan yang dihasilkan akan dibagi tiga, sehingga masing-masing pihak akan menerima keuntungan sepertiga hasil panen.

Keempat, bisnis sosial adalah gagasan Muhammad Yunus yang mendorong supaya para pelaku bisnis dalam mengelola perusahaan bukan saja demi laba personal. Pelaku bisnis disadarkan supaya memahami bahwa ada alasan sosial bagi banyak orang yang lebih tinggi dibandingkan dengan alasan yang bersifat personal. Tujuan dari bisnis sosial adalah kepedulian terhadap sesama yang kesulitan menjalankan usahanya. Bisnis sosial mendorong perubahan dalam hidup sosial menjadi lebih sejahtera. Transformasi dalam hidup sosial tentu akan terjadi jika para pengusaha besar punya perhatian dan kepedulian kepada kaum dhuafa. Bisnis sosial dijalankan menurut proses produksi barang atau jasa, atau jasa, distribusi, dan perolehan pendapatan dari proses itu. Bedanya adalah bahwa keuntungan untuk tujuan pribadi diubah menjadi keuntungan bagi manfaat sosial. Muhammad Yunus menyampaikan bahwa jika suatu perusahaan menetapkan harga dan proses tersebut tetapi gagal mengembalikan modal dasar, maka hasilnya bukanlah bisnis sosial. Setelah bisnis sosial mampu mengembalikan pembiayaan seluruhnya dengan lancar, maka hal tersebut bisa disebut sebagai bisnis sosial yang berhasil.

Keunggulan dari bisnis sosial yang dipikirkan oleh Muhammad Yunus sebagai gagasan pengentasan kemiskinan adalah dengan menjadikan kaum miskin memiliki akses untuk mendapatkan dan menjadi pemilik saham dari perusahaan- perusahaan besar di Bangladesh (Raharjo, 2011). Mereka menggunakan modal awal dari Grameen Bank untuk menjalankan usaha yang semakin lama berkembang dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini dipergunakan untuk membeli saham, dan pada akhirnya mereka kembali akan mendapatkan keuntungan dari saham perusahaan yang dimilikinya. Kaum *dhuafa* menurut Muhammad Yunus memiliki hak untuk berinvestasi pada perusahaan- perusahaan yang dimiliki oleh Grameen Bank. Bahkan, Grameen Bank memberikan saham perusahaan- perusahaan tersebut sebagian secara khusus kepada kaum dhuafa (Raharjo, 2011). Contoh bisnis sosial yang dimiliki oleh Grameen Bank adalah Danone yang memproduksi dan mengolah yoghurt. Perusahaan ini memproduksi yoghurt untuk memberi kecukupan gizi bagi anak- anak sekaligus mengembangkan kesempatan berinvestasi bagi kaum miskin dan perempuan.

Grameen Bank yang didirikan Muhammad Yunus ternyata berasal dari akar rumput dan melayani akar rumput. Berbeda dari bank konvensional yang menyediakan modal sekaligus menarik bunga dari pinjaman, Grameen Bank melayani dan menguatkan modal orang miskin dan khususnya perempuan sehingga mereka bisa keluar dari kondisi kemiskinan. Keberadaan Grameen Bank juga memiliki kemampuan untuk mengubah kebiasaan- kebiasaan praktis sehingga kaum dhuafa memiliki transformasi cara hidup. Grameen Bank memiliki enam belas keputusan untuk mendukung transformasi sosial, yaitu (Nasution, 2012): 1) Prinsip sikap: disiplin, kesatuan, keberanian dan kerja keras. 2) Keluarga kita harus sejahtera 3) Jangan hidup di rumah bobrok, perbaiki rumah dan dirikan rumah segera. 4) Menanam sayur sepanjang tahun dan hasilnya harus dikonsumsi dan dijual. 5) Harus menanam sebanyak mungkin benih untuk persiapan musim tanam. 6) Keluarga kecil harus direncanakan sehingga meminimalisir pengeluaran dan kesehatan terjaga. 7) Anak- anak harus berpendidikan dan dipastikan dapat dibiayai pendidikannya. 8) Harus mau merawat kebersihan anak dan lingkungan. 9) Gunakan WC dan jika tidak punya buatlah. 10) Harus merebus air sebelum diminum dan gunakan tawas untuk kebersihan air. 11) Tidak boleh merebut mas kawin anak; jangan sampai melakukan perkawinan dini. 12) Jangan berbuat tidak adil; siapapun jangan sampai berkesempatan berbuat tidak adil. 13) Saat pendapatan paling tinggi, peserta harus siap untuk berinvestasi lebih besar. 14) Siapun wajib saling membantu orang yang ada dalam kesulitan. 15) Saat menemukan pelanggaran disiplin di manapun, siapapun harus membantu pemulihan kedisiplinan. 16) Siapun harus ambil bagian dalam kegiatan sosial.

Enam belas keputusan di atas telah mengubah cara hidup masyarakat menjadi lebih baik dari hari ke hari. Muhammad Yunus sebagai seorang profesor tentu saja hanya melihat teori- teori ekonomi dalam pengajarannya, namun dengan adanya Grameen Bank, ia berhasil mengentaskan kemiskinan di Bangladesh dan mendorong kesetaraan dalam martabat kehidupan. Ia mendorong praktek baik dan konkret untuk membangun kehidupan yang tertib dan bersih, memberdayakan anggota terlebih perempuan dan bisnis sosial yang saling menyokong satu sama lain. Gagasan Muhammad Yunus dan Grameen Bank ini selanjutnya diterapkan di berbagai negara yang masih berkembang ataupun juga yang sudah maju.

2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini dapat diturunkan dari konteks yang disajikan untuk masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana konsep dan prinsip- prinsip etika dagang Islam diterapkan dalam pengelolaan Warung kelontong Madura?

- 2) Apa saja gagasan Muhammad Yunus terkait dengan etika dagang dan ekonomi sosial, lalu sejauh mana gagasan ini mendorong kewirausahaan lokal?
- 3) Apa saja sintesa dan implikasi etika dagang Islam yang dipraktekkan dalam pengelolaan warung kelontong Madura dan gagasan Muhammad Yunus terhadap keberlanjutan ekonomi kerakyatan?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui apa saja konsep etika dagang Islam yang diterapkan dalam pengelolaan warung kelontong Madura.
- 2) Untuk mengetahui dan mengidentifikasi prinsip-prinsip etika dagang dalam gagasan Muhammad Yunus yang relevan dengan praktek pengelolaan warung kelontong Madura.
- 3) Untuk mengkaji dan menemukan rekomendasi penerapan gagasan etika dagang Islam dan Muhammad Yunus terhadap keberlanjutan UMKM.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan penekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan secara factual dan sistematis praktek etika dagang Islam pada warung kelontong Madura serta menganalisisnya dalam perspektif pemikiran Muhammad Yunus. Penelitian awal dilakukan dengan mengumpulkan jurnal dan tulisan terkait pengelolaan warung kelontong Madura sekaligus dengan observasi langsung. Data yang terkumpul dianalisa melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan sehingga diperoleh gambaran mengenai pola etika dagang yang dijalankan. Kerangka analisa data tersebut merujuk pada gagasan Muhammad Yunus tentang ushaa kecil yang berorientasi pada keadilan, keuntungan yang wajar, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

C. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah sintesa atau integrasi konseptual antara etika dagang Islam yang telah diimplementasikan dalam pengelolaan warung kelontong Madura 24 jam dan gagasan Muhammad Yunus tentang *zero poverty* dalam pendirian Grameen Bank.

Tauhid dan Kemanusiaan sebagai Landasan Dagang

Pengelolaan warung kelontong Madura dan gagasan pengentasan kemiskinan Bangladesh oleh Muhammad Yunus dengan tersedianya Grameen Bank menunjukkan bahwa seluruh aktifitas jual-beli, modal, pinjaman, dan lain sebagainya dalam dagang bukan hanya urusan ekonomi, tetapi menjadi bentuk ibadah yang menegaskan Allah sebagai pusat seluruh aktifitas manusia (la ilaha illa Allah). Dagang di warung kelontong Madura atau Grameen Bank bukan hanya terarah pada keuntungan semata, melainkan juga bukti kepatuhan kepada aturan Allah, upaya menghindarkan diri dari hal yang diharamkan (tidak curang, tidak menjual barang haram, dan lain sebagainya) serta komitmen menjaga amanah dan keadilan.

Etika dagang Islam dalam kultur Madura berpijak pada tauhid: segala aktifitas ekonomi adalah ibadah, sehingga harus jujur, amanah, tiak menipu serta mengutamakan keberkahan. Muhammad Yunus berangkat tauhid sampai kepada humanity, yakni keyakinan bahwa setiap manusia memiliki potensi ekonomi yang harus dibebaskan dari belenggu kemiskinan struktural. Ibadah harus sampai kepada pengentasan kemiskinan struktural.

Pengelolaan warung oleh pedagang ataupun juga pinjaman oleh Grameen Bank menjadi perwujudan bahwa pedagang yang bertauid menyadari bahwa rezeki datang dari Allah, bukan dari kecurangan atau manipulasi. Tauhid menurut setiap tindakan dagang harus bernilai ibadah, maka dalam berdagang: niat diluruskan (mencari rezeki halal untuk keberkahan), proses dijaga (transparansi, jujur dan tidak curang) dan hasil digunakan untuk kebaikan (keluarga, zakat, sedekah, kemaslahatan sosial). Keduanya menunjukkan implementasi tauhid dalam prinsip dagangnya: kejujuran (sidq), amanah, keadilan dan keseimbangan, halal dan toyyib, tidak menimbun (ihtikar); kerja keras dan tawakal.

Etika Operasional: Kejujuran, Keadilan dan Transparansi

Pengelolaan warung kelontong Madura memiliki prinsip kejujuran dalam harga timbangan, mengutamakan kepercayaan pelanggan (percaya dulu, bayar nanti) dan interaksi humanis dan kekeluargaan. Gramen Bank menurut gagasan Muhammad Yunus juga mewujudkan transparansi dalam pembiayaan, cicilan kecil tanpa jaminan, keadilan sosial dalam akses modal

pada yang miskin, dan mendorong solidaritas kelompok. Dari poin-poin di atas nampak bahwa warung kelontong yang etis dan Grameen Bank dengan model kredit mikronya mendorong ekosistem usaha kecil yang adil, jujur dan memberdayakan. Hal ini bisa diimplementasikan lebih lanjut melalui koperasi kecil berbasis syariah, pendampingan ekonomi dan pembiayaan mikro.

Selain itu, prinsip kejujuran, keadilan dan transparansi dalam Islam melarang riba seperti dilaksanakan dalam pengelolaan warung kelontong Madura, sementara Grameen Bank menerapkan bunga rendah, bahkan tanpa agunan bagi perempuan miskin. Keduanya memiliki esensi yang sama, yakni menghindari eksploitasi ekonomi, mendorong ekonomi kerakyatan (ekonomi mikro) dan menjauh dari sistem kapitalistik yang menindas. Model hutang warung Madura (hutang tanpa bunga) sangat dekat dengan semangat anti eksploitasi pada Grameen Bank yang digagas oleh Muhammad Yunus.

Kewirausahaan Sosial bagi Orang Miskin

Etika dagang Islam menilai ekonomi sebagai sarana mencapai keadilan sosial (al-adalah al-ittima'iyah). Pengelolaan warung kelontong Madura dan gagasan Muhammad Yunus juga berorientasi pada pemberdayaan kewirausahaan sosial, terutama bagi kelompok miskin yang termarginalkan. Kelompok solidaritas Grameen Bank sejalan dengan kultur komunal masyarakat Madura yang sangat mendorong kemandirian dalam usaha kecil. Terkait juga dengan karakteristik etnis Madura yang memiliki harga diri dan sifat pantang menyerah menghadapi tantangan.

Kewirausahaan sosial nampak dalam usaha untuk memberdayakan kaum lemah dan mengangkat derajat fakir miskin menurut etika dagang Islam yang dilaksanakan dalam pengelolaan warung kelontong Madura, sedangkan menurut Gagasan Muhammad Yunus, zero poverty melalui akses modal bagi mereka yang miskin. Oleh karenanya, keduanya mengutamakan: masyarakat kecil, perempuan, usaha mikro keluarga dan distribusi ekonomi yang adil.

Prinsip kerja: Amanah dan Empowerment

Prinsip pengelolaan warung kelontong Madura tetap didasari oleh karakteristik pemilik warung yang menjaga amanah seperti nampak dalam kebiasaan baik terhadap pemasok maupun pelanggan, mengembangkan budaya gotong royong dan saling membantu dalam kebutuhan harian. Grameen Bank oleh Muhammad Yunus berfokus pada pemberdayaan perempuan dan rumah tangga miskin, selain itu juga menciptakan kemandirian ekonomi melalui pinjaman berkelanjutan. Etika amanah Islam dalam pengelolaan warung kelontong Madura nampak juga dalam mekanisme empowerment/ pemberdayaan perempuan dan rumah tangga miskin dalam Grameen Bank. Di sisi lain, warung kelontong Madura telah menjadi pusat pemberdayaan mikro: menyediakan modal kecil berbasis kepercayaan, menjadi jaringan distribusi untuk produk UMKM lokal dan tempat pelatihan manajemen sederhana.

Dalam prinsip kerja amanah dan empowerment, kepercayaan menjadi hal pokok yang nampak dalam pengelolaan warung Madura dan gagasan Muhammad Yunus. Warung kelontong Madura memiliki praktek hutang berbasis kepercayaan, tanpa adanya surat hutang di atas meterai namun berbasis kedekatan komunitas dengan lokasi warung tersebut. Muhammad Yunus lewat Grameen Bank menerapkan pinjaman berbasis kelompok sosial dan peer trust. Pada poin ini nampak bahwa modal utama bukanlah uang dan kapital perusahaan besar melainkan amanah dan integritas sosial.

Struktur Kelembagaan: Local Wisdom dan Microfinance

Struktur kelembagaan warung kelontong Madura sangat mengandalkan jejaring sosial (kerabat, tetangga dan pemasok), sehingga cocok dengan model informal/ persaudaraan, fleksibel dan berbasis kepercayaan. Pada pengelolaan Grameen Bank, Muhammad Yunus menggunakan sistem terstruktur dengan kelompok tanggung renteng, mentoring mingguan dan disiplin sosial. Meskipun nampak adanya perbedaan struktur kelembagaan namun keduanya nampak memiliki basis *local wisdom*/ kearifan lokal. Penggabungan keduanya menghasilkan *microfinance* berbasis kearifan lokal dengan: pembiayaan kecil tanpa riba (syariah), pengawasan berbasis komunitas, warung kelontong sebagai pos ekonomi lokal.

Etika dagang Islam yang dipraktekkan oleh warung kelontong Madura juga mendorong keberlanjutan warung kecil (mikro) sebagai usaha yang dapat menggerakkan perekonomian seluruh rakyat/ microfinance. Selain itu, gagasan Muhammad Yunus meyakini bahwa ekonomi mikro dapat menghapus kemiskinan global (*zero poverty*). Keduanya mengakui usaha kecil/

mikro telah menjadi tulang punggung terciptanya stabilitas sosial, kemandirian ekonomi dan ketahanan masyarakat.

Tujuan Sosial: Keberkahan dan Zero Poverty

Tujuan akhir etika dagang Islam yang dipraktekkan dalam pengelolaan warung kelontong Madura bukan hanya laba atau keuntungan semata, melainkan keberkahan, kesejahteraan keluarga dan kemaslahatan sosial/ kebaikan bersama. Gagasan zero poverty menurut Muhammad Yunus yang diwujudkan dalam Grameen Bank juga memiliki tujuan akhir untuk menghapus kemiskinan struktural, bukan saja sekedar mengurangi. Sintesa dari kedua gagasan ini adalah bahwa bisnis kecil dapat menjadi instrumen ibadah sekaligus instrumen anti-kemiskinan. Warung kelontong beretika dan pembiayaan mikro inklusif menjadi model ekonomi masyarakat bawah yang berkelanjutan sehingga menyatukan semua pihak untuk menciptakan keberkahan, kesejahteraan, dan kemaslahatan sosial bagi semua orang miskin dan masyarakat.

Sintesa di atas menunjukkan bahwa etika dagang Islam pada warung kelontong Madura dan gagasan Muhammad Yunus yang tercermin pada Grameen Bank memiliki kesamaan mendasar yakni keduanya membangun ekonomi manusiawi yang adil, inklusif dan berlandaskan kepercayaan. Jika digabungkan, keduanya dapat melahirkan model pemberdayaan ekonomi mikro yang etis, bebas eksploitasi, mendorong kemandirian dan berorientasi pada penghapusan kemiskinan struktural.

D. Kesimpulan

Etika dagang Islam dalam pengelolaan warung kelontong Madura dan gagasan Muhammad Yunus dalam konsep zero poverty serta sistem Grameen Bank memiliki titik temu yang kuat dalam hal karakteristik kejujuran, amanah, solidaritas, dan pemberdayaan ekonomi. Sintesis keduanya dapat melahirkan model pemberdayaan ekonomi mikro berbasis syariah yang relevan dengan konteks masyarakat Indonesia. Model ini dapat menjadi instrumen penting dalam memperkuat ekonomi kerakyatan dan mewujudkan pengentasan kemiskinan yang berkelanjutan.

Hasil sintesa dari etika dagang Islam yang dipraktekkan dalam pengelolaan warung kelontong Madura dan teori Muhammad Yunus ternyata relevan bagi penguatan ekonomi mikro. Keduanya telah memberikan landasan moral dan model dalam pemberdayaan bagi UMKM berbasis Islam dan sosial. Selain itu, hasil sintesa dalam penelitian ini signifikan dalam strategi pengentasan kemiskinan struktural. Keduanya menghubungkan nilai-nilai lokal Madura dan teori Muhammad Yunus menghasilkan pendekatan praktis untuk memperkuat pilar ekonomi kerakyatan. Kontribusi penelitian ini bagi bidang akademik adalah menunjukkan kultur etika dagang Islam yang dipraktekkan etnis Madura tidak bertentangan dengan teori modern kewirausahaan sosial yang digagas oleh Muhammad Yunus, bahkan saling melengkapi. Kontribusi sosial penelitian ini adalah menawarkan model ekonomi berbasis Islam yang berkeadilan dan menempatkan usaha kecil sebagai alat transformasi menuju masyarakat mandiri dan berkeadilan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena bertumpu pada kajian pustaka, sehingga analisis etika dagang Islam pada warung kelontong Madura dalam perspektif Muhammad Yunus masih bisa dikembangkan pada kompleksitas praktek dalam konteks sosial, budaya dan ekonomi lokal. Keterbatasan ini membuka peluang bagi riset lanjutan berbasis studi lapangan untuk menggali secara empiris bagaimana nilai-nilai dalam etika dagang tersebut diaktualisasikan oleh pedagang warung Madura dalam keseharian usaha mereka. Selain itu, penelitian komparatif antara pedagang warung Madura dengan pedagang lain, baik lintas etnis ataupun wilayah dapat memperkaya pemahaman tentang kekhasan etika dagang Islam yang dipraktekkan. Lebih lanjut, riset berbasis analisis kebijakan juga bisa dilakukan untuk meneliti sejauh mana prinsip etika dagang Islam dan gagasan Muhammad Yunus dapat diintegrasikan dalam program pembinaan UMKM sehingga temuan ini juga relevan bagi perumusan kebijakan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan dan berkelanjutan.

E. Referensi

- Zulkifli, M. M., (2024). *Etika Bisnis Islam*. Pekanbaru: UIR Press, 112.
- Ardana, I. M. D. W., & Kurniawan, I. B. (2024). Eksistensi warung kelontong Madura di lingkungan Kerthasari, Denpasar Selatan. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*, 4(1), 45–58.

- <https://doi.org/10.61412/jnsi.v4i1.38>
- Wafi, A., Hidayat, M., & Sari, N. (2023). Dinamika sosial ekonomi pedagang warung kelontong Madura di Kota Malang. *Maharsi: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Sosiologi*, 6(3), 321–335. <https://doi.org/10.33503/maharsi.v6i3.856>
- Alfiani, F. N., & Widad, R. (2024). Optimalisasi implementasi akad mudharabah dalam sistem bagi hasil untuk meningkatkan pendapatan di toko kelontong Madura. *SIBATIK Journal*, 4(6), 1559–1572. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i6.2814>.
- Dzikrulloh, D. (2021). Transformasi nilai tauhid dan filosofis ibadah pada pengembangan ekonomi Islam. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 35–68. <https://doi.org/10.32764/izdihar.v1i1.1687>.
- Budiman, A., & Wahyuli, N. (2025). Tauhid sebagai epistemologi ekonomi Islam: Antara spiritualitas dan keadilan sosial. *JUPSI: Jurnal Pusat Studi Islam*, 1(1), 15–32. <https://doi.org/10.14825/qryh5v49>.
- Kamil, S. (2021). Etika Islam: Kajian etika sosial dan lingkungan hidup. Prenada Media.
- Akbar, F. & Sinaga, N. Y. (2025). Analisis konseptual penerapan akad-akad transaksi syariah (murabahah, mudharabah, ijarah, dan istishna) dalam perspektif akuntansi syariah. *Jurnal Ilmu Bisnis dan Ekonomi Islam*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.65510/jibei.v2i1.249>.
- Niam, Z. & Wardana, G. K. (2022). Pengaruh pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, dan istishna terhadap profitabilitas bank syariah di Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3022–3031. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6134>.
- Raditya, A. (2020). Karakter orang Madura, nasionalisme, dan globalisasi. *Masyarakat Indonesia*, 46(1), 15–33. <https://doi.org/10.14203/jmi.v46i1.860>
- Hidayat, A. (2021). Karakter orang Madura dan falsafah politik lokal. *KARSA Journal of Social and Islamic Culture*, 15(1). <https://doi.org/10.19105/karsa.v15i1.109>
- Tiakoly, K., Wahab, A., & Syaharuddin, S. (2024). Penerapan etika bisnis Islam pada usaha pedagang sembako di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v5i1.10812>.
- Saputra, T. A. (2025). Islamic ethical values in traditional commerce: A field study of market traders. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*, 4(1), 451–462. <https://doi.org/10.58223/taamul.v4i1.451>.
- Veronika, S., & Arwani, A. (2024). Pandangan Islam terhadap prinsip berdagang: Perspektif etika dan keberkahan. *JURNAL DIALOKA*, 3(1), 15–32. <https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4382>.
- Yunus, M., & Jolis, A. (2007). Banker to the poor (rev. ed.). *PublicAffairs*. 61–92, 141–173.
- Yunus, M. (2008). Grameen Bank dan pengentasan kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 16(2), 123–135.
- Raharjo, M. D. (2011). Mikro kredit dan keadilan sosial: Refleksi atas model Grameen Bank Muhammad Yunus. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 45–60.
- Nasution, M. E. (2012). Mikro kredit, kemiskinan, dan ekonomi kerakyatan: Telaah pemikiran Muhammad Yunus. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(2), 156–170.