

PRAKTEK PENENTUAN HARGA *PAPALELE*, TINJAUAN EKONOMI ISLAM

Mar'atun Shalihah¹, Nahriah Latuconsina² Khadafi Haupea³

ABSTRAK

Preferensi masyarakat yang semakin proaktif terhadap pencapaian utilitas, terlebihnya persaingan antara pedagang di pasar menjadi tantangan terberat bagi *Papalele*. Olehnya itu, *Papalele* dituntut untuk sangat berhati-hati dalam setiap aktivitas bisnis sehingga mampu bersaing di pasar. Penelitian ini, bertujuan untuk; (1) memperoleh gambaran aktivitas penentuan harga *Papalele*, (2) memperoleh gambaran aktivitas penentuan harga *Papalele* sesuai syariah berbasis *local wisdom*. Penelitian ini, memiliki tipe peneltian kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini bersifat data primer. Data penelitian ini, diperoleh dengan melakukan wawancara, survey, dan observasi langsung oleh penulis terhadap *Papalele* yang berada di Pasar Mardika kota Ambon.

Hasil penelitian menunjukan bahwa *Papalele* dalam menentukan harga sering mengedepankan asas kebersamaan, sikap ini ditandai pemberlakuan harga sama dengan *Papalele* lain. Selain itu, pemberian dispensasi atas harga bagi pembeli juga sering dilakukan. Ketika *Papalele* akan memberikan dispensasi harga pada pembeli, *Papalele* sering mempertimbangkan untung rugi, dan pengembalian modal. Jika *Papalele* tidak mendapatkan kerugian (balik modal), maka kemungkinan dispensasi harga bagi pembeli akan dilakukan. Aktivitas bisnis (penentuan harga) yang dilakukan oleh *Papalele* ini, tidak tergolong individu yang mengedepankan keuntungan berlebih-lebihan (*riba*).

Kata Kunci: *Papalele, Penentuan Harga, Penjualan, Mencari dan Mempertahankan pelanggan, Keuntungan, Tinjauan Islam.*

¹ Dosen Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonimi Islam IAIN Ambon

² Dosen Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonimi Islam IAIN Ambon

³ Asisten Dosen Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonimi Islam IAIN Ambon

Latar Belakang

Papalele adalah sebutan lokal yang tidak asing lagi bagi masyarakat Kota Ambon untuk mereka yang melakukan aktifitas jual beli dengan cara berkeliling membawa atau memikul dagangannya⁴ didalam dulang (loyang) berupa ikan mentah, buah-buahan, sayur sayuran atau kebutuhan pangan lain yang diproduksi sendiri atau diambil dari produsen. Sebenarnya, dalam kesehariannya *Papalele* mirip dengan pedagang perantara atau (agen) antara konsumen dan produsen. Kehandalan mereka untuk tetap *survive* dalam kancan ekonomi modern terlihat pada kemampuan *Papalele* menciptakan pasar sendiri tanpa bergantung pada pasar yang ada dengan cara membangun relasi yang baik dengan berbagai pihak. Mereka menyadari bahwa hubungan baik ini akan memberikan manfaat tidak hanya ekonomis tapi juga relasi sosial.⁵

Papalele yang diidentikkan sebagai pedagang kecil yang memiliki modal terbatas, mampu melakukan aktivitas penjualan secara berkesinambungan dari waktu ke waktu. Aktivitas berjualan dapat berkelanjutan (*sustainability*) karena ikatan rasa saling percaya antar *Papalele* dan pedagang pengumpul. Modal kepercayaan (*trust*) yang terbangun antar mereka menjadikan pembayaran dagangan yang dibeli oleh para *Papalele* tidak harus dibayar secara tunai ketika dagangan diserahkan, melainkan dapat dibayar pada waktu yang disepakati.⁶

Papalele selalu mengedepankan tenggang rasa. Tindakan ini merupakan salah satu cara agar konflik tidak terjadi di antara mereka. Kesamarataan keuntungan yang diambil walaupun sedikit, membuat keharmonisan terjadi. Sederhananya, tidak ada penjual *Papalele* yang mengambil untung di atas rata-rata penjual yang lain. Sungguh nilai yang positif yang dapat dijalankan seorang penjual, apalagi jika ditelaah dari nilai Islam dimana pembeli dan penjual tidak boleh berbuat dholim diantara mereka, sebagaimana sabda Rasulullah yang artinya: “*Sungguh, Allah telah berfirman, ‘Wahai hamba-Ku, sungguh aku telah mengharamkan kezaliman atas diri-Ku dan menjadikannya terlarang di antara kalian, maka janganlah saling menzalimi!’*” (HR. Muslim).

Namun disisi lain, Perubahan menuju bentuk masyarakat modern saat ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Demi memenuhi kebutuhan sehari-hari, kehadiran pasar modern dengan berbagai bentuk mulai bermunculan dari model pasar swalayan, model jual beli dengan MLM (*Multi*

⁴ Souisa, Nancy Novitra, *Papalele : Ajang Hidup Berteologi Perempuan Ambon*, (Salatiga: UKSW, 1999).

⁵ Sugijono, Simon Pieter, *Papalele Budaya Ekonomi Lokal*, (Salatiga: UKSW, 2009).

⁶ Amaliah, Tri Handayani, *Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku*, (Gorontalo: FEB UNG, 2014)

Level Marketing), sampai pada jual beli online dan sebagainya. Pasar modern tidak hanya eksis tapi juga menggeser peran pasar tradisional di sekitarnya. Di tengah hiruk pikuk pasar modern, ternyata di Kota Ambon masih terdapat segelintir masyarakat lokal yang mampu mempertahankan eksistensi aktivitas ekonomi yang bersifat tradisional. Eksistensinya itu diwujudkan dalam bentuk melayani masyarakat untuk memenuhi kebutuhan melalui perdagangan.

Konsep harga jual dari sudut pandang konvensional dipandang hanya berorientasi pada keuntungan produsen semata. Perilaku ini, akan mengarahkan individu, atau kelompok untuk bersikap tidak rasional, karena mengabaikan prinsip berkeadilan dengan tidak berpedoman pada nilai-nilai kebaikan yang dititikan dalam ajaran Islam. Tindakan penetapan harga produk yang mengedepankan profit, sering menimbulkan *trend* perilaku pasar yang tidak sehat. Perlakuan dalam aktivitas pasar ini, akan melahirkan spekuliasi (*Gharar*) atau tindakan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis yang bersifat untung-untungan. Terlebihnya sifat demikian akan mendatangkan keuntungan yang berlebihan (*Riba*). *Riba* yang dimaksudkan adalah *Riba Yadi* adalah nilai tambah yang diraih salah satu pihak penukar dengan cara menyembunyikan kekurangan (atau kecacatan) barang yang ditukarkan kepihak lain (Yusuf dan Wiroso, 2011).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini, bertujuan untuk; (1) memperoleh gambaran penentuan harga bagi *Papalele*, (2) memperoleh gambaran praktek bisnis *Papalele* berbasis syariah. Penelitian ini, memiliki tipe penelitian kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini bersifat data primer. Data penelitian ini, diperoleh dengan melakukan wawancara, survey, dan observasi langsung oleh penulis terhadap *Papalele* yang berada di Pasar Mardika kota Ambon.

Hasil

Tinjauan Konvensional

Berbeda dengan pedagang lain pada umumnya, yang menggunakan metode penentuan harga dengan sifat modern seperti *prices strategy matrix framework* (Charles, 1994, dalam Amaliah, 2014)⁷. Penentuan harga bagi *Papalele* masih bersifat sederhana. Informasi harga pasar yang didapatkan dari sesama *Papalele*, hasil perhitungan matematis sederhana, merupakan metode yang sering dipakai oleh *Papalele* untuk mendapatkan harga yang optimal dan menurut mereka cocok bagi barang dagang yang siap dipasarkan. Metode penentuan harga sederhana ini dilakukan, karena pengetahuan akan penggunaan metode penentuan harga *modern* yang terbatas.

⁷ Amaliah (2014), *Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku*. Universitas Gorontalo. Hlm 16.

Perhitungan ini, dilakukan awalnya dengan melihat harga total barang/karung. Jika harga sayur (labu siam) mencapai Rp 250.000/karung. *Papalele* akan mempertimbangkan jumlah buah/karung (100/karung). Kemudian mencari harga rata-rata harga per buah, sehingga mendapatkan harga dasar per buah (Rp 2.500/buah). Berikut cara menentukan harga yang dilakukan oleh *Papalele* dengan metode sederhana yang biasa diterapkan dalam menentukan harga:

$$AP_{\text{Perbuah}} = TC_{\text{PerKarung}} / JB_{\text{jumlah}}$$

$$\text{Atau Rp } 250.000 / 100 = \text{Rp } 2.500/\text{buah}$$

Keterangan:

$TC_{\text{Per Karung}}$ = harga barang per karung

JB_{Jumlah} = jumlah buah dalam satu karung

$AP_{\text{Per Buah}}$ = rata-rata harga per buah

Setelah mendapatkan harga rata-rata per buah, barulah *Papalele* dengan mudah menetapkan harga barang. Biasanya *Papalele* membuat (desain) per tempat/skala jual mencapai 3 buah dengan harga Rp 10.000,-. Artinya harga yang ditetapkan oleh *Papalele* terhadap satu buah sayur labu siam adalah rata-rata sebesar Rp 3.300,-.

Jika dilihat secara teoritikal lebih lanjut, penetapan harga yang dilakukan *Papalele*, memiliki kemungkinan menggunakan model *Going Rate Pricing* tidak sempurna, yang merupakan strategi penetapan harga pasar yang berlaku sebagai dasar (Kevin, *et al.*, 2004)⁸. Bagi banyak pedagang *Papalele*, penentuan harga sesuai dengan harga pasar yang sama dengan pedagang *Papalele* lainnya adalah sikap yang saling menghargai dan menghormati pedagang lainnya. Selain sifat menghargai sesama, penentuan harga sesuai harga pasar ini, didasarkan pada ketakutan pedagang *Papalele* yang mungkin akan kehilangan pembeli karena harga barang dagangannya terlalu mahal, sebagai upaya mendapat keuntungan tinggi.

Mama Ida “*Harga Sama Saja Deng yang Laeng. Seng Bisa Ambel Untung Talalu Banya-Banya, Tarlama Dong Seng Mau Bali Di Katong Lai*”

Selain itu, penerapan harga secara relative dan lebih awal oleh *Papalele*, sudah tentu dilakukan guna mendapatkan asumsi akan keuntungan mereka. Penetapan harga relative, dilakukan karena segala kemungkinan akan perubahan harga pada saat proses penjualan dilakukan bisa saja terjadi. Akibatnya harapan akan pencapaian target keuntungan dengan harga yang telah ditetapkan, dimungkinkan tidak tepat sasaran. Sebabnya adalah karena

⁸ Faith dan Edwin Agwu. M, (2014) *A Review Of The Effect Of Pricing Strategies On The Purchase Of Consumer Goods*. *Internasional Journal of Research in Management, Siances dan Technology*, Vol. 2, No. 2, Hlm 92-93

perilaku pembeli dalam hal ini pembeli yang kadang masih melakukan penawaran.

Mama Na “Katong kadang-kadang kasih cocok harga deng pembeli saja. Yang penting bale modal. Biar katong jualan lae”.

Sebelum melakukan proses penjualan, papalele biasanya telah menentukan harga dasar untuk acuan berapa keuntungan mereka nanti. Proses tawar menawar antara penjual *Papalele* dan pembeli, mengisyaratkan kemungkinan harga baru akan terjadi. Bagi pihak pembeli, penawaran akan dilakukan sederhananya agar dapat mengetahui harga barang cocok agar pencapaian kepuasan mereka. Sedangkan bagi *Papalele* perilaku pembeli tersebut, dapat melahirkan beberapa kemungkinan yakni harga baru yang akan disepakati untuk mengadakan transaksi jual beli, atau kegagalan transaksi.

Tinjauan Syariah

Konsep harga jual dari sudut pandang konvensional dipandang hanya berorientasi pada keuntungan produsen semata. Perilaku ini, akan mengarahkan individu, atau kelompok untuk bersikap tidak rasional, karena mengabaikan prinsip berkeadilan dengan tidak berpedoman pada nilai-nilai kebaikan yang dititahkan dalam ajaran Islam.

Tindakan penetapan harga produk yang mengedepankan profit, sering menimbulkan *trend* perilaku pasar yang tidak sehat. Perlakuan dalam aktivitas pasar ini, akan melahirkan spekulasi (*Gharar*) atau tindakan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis yang bersifat untung-untungan.

Penentuan harga *Papalele* tidak mengarah pada sifat spekulasi (*Gharar*). Setiap kali menentukan harga, *Papalele* terlihat mengedepankan asas keterbukaan. Menurut mereka informasi harga bagi pembeli merupakan hak yang perlu pembeli ketahui, sehingga menurut *Papalele*, pembeli memiliki kesempatan untuk menawarkan harga yang cocok bagi mereka.

Mama Reni (pembeli) “sayor baru kha?”

Mama Ija (papalele) “io, baru datang?”

Mama Reni (pembeli) “satu ika barapa?”

Mama Ija (Papalele) “.....”

Mama Reni (pembeli) “kase turung (harga barang) sadiki jua eee”

Mama Ija (Papalele) “io. Ambel satu ika jua”

Bagi *Papalele* informasi pasti dan sesuai atas harga dan kualitas barang yang ditawarkan, menjadi penting adanya. Sehingga pembeli juga diberikan kesempatan untuk mengetahui harga dan kualitas barang yang diperdagangkan.

Mama Ija “kadang-kadang dong (pembeli) cek akang barang lai”.

Keterbukaan harga dan kualitas barang lewat informasi dengan tidak berspekulasi atau mengedepankan kejujuran, mendatangkan sifat percaya dari konsumen terhadap *Papalele*. Sehingga dapat membangun minat pembeli untuk membeli barang yang diperdagangkan papalele. Sifat keterbukaan oleh papalele untuk tujuan memberikan keluesan kepada pembeli, tentunya merupakan sifat jujur yang mengarah pada nilai-nilai baik, yang diajarkan pada ajaran agama Islam.

Mama Ija “kalu katong seng parlente. Dong bali di katong tarus”.

Meskipun penentuan harga oleh papalele masih bersifat sederhana, ketakutan akan kerugian yang didapatkan tidak mereka rasakan, sehingga bagi papalele harga yang tinggi ataupun rendah tidak menjadi ukuran, namun mencapai keuntungan dengan harga yang bersahabat adalah tindakan yang mungkin akan mereka pilih. Tindakan inilah sehingga, papalele dapat menjaga eksistensinya di pasar.

Mama Tima “kalu dong minta deng harga sadiki murah. yang penting seng rugi (bale modal), katong jual saja”.

Konsep yang dipegang oleh papalele kaitannya dengan penentuan harga, secara alamiah masih mendominasi sifat rasional yang berpegang teguh pada asas kebersamaan. Prinsip *Papalele* tidak semata-mata mengarah pada profit. Namun Perilaku demikian, mengarah langsung pada perilaku ajaran agama Islam (Syariah) yang membatasi sifat *Gharar* (spekulasi). Perlakuan ini, menurut mereka adalah tindakan yang harus diambil, sehingga kepercayaan pembeli kepada mereka tetap dipelihara. Terlebihnya semata-mata ingin membangun hubungan baik dengan manusia lain melalui aktivitas pasar. Prinsip dan etika baik yang dijalankan oleh *Papalele*, dalam aktivitas pasar yang tersentuh langsung kepada masyarakat secara umum, membuat mereka menjadi insan yang menjunjung tinggi rasa persaudaraan tinggi yang diamatkan oleh syariah.

Dalam penjualan barang oleh *Papalele*, terkadang juga perlakuan pembeli membuat mereka terpojok, sehingga harga cocok yang diharapkan bisa saja meleset. Akhirnya kesepakatan harga yang dicapai membuat *Papalele* harus dengan terpaksa untuk melakukan transaksi tersebut. Hal ini beralasan, dimana papalele merasa akan kehilangan kepercayaan yang telah dibangun, ketika harapan pelanggan mereka tidak dipenuhi. Namun sifat keterpaksaan akan setiap transaksi merupakan perihal yang tidak mengarah pada ajaran Syariah (Islam).

Mama Aya “kadang dong tawar sampe harga di bawah modal lai. Tapi harus jual par dong saja”.

Di Sisi, beberapa *Papalele* juga mendapat keberuntungan atas pertemuan mereka dengan pembeli yang mendukung pemberlakuan harga papalele, sehingga kesepakatan harga cocok atas kedua pihak akan terjadi. Pertemuan antara pembeli dan papalele dalam transaksinya kemudian mendapatkan harga yang cocok, sehingga kegiatan transaksi akan terjadi.

Mama Tima “ada tawar lai. Tapi seng talalu sampe turung dari modal”.

Penjelasan lanjut “kadang seng tawar harga lai (*Papalele*) langsung dong bali saja.

Pernyataan yang telah dibahas sebelumnya, mengenai berbagai dinamika penentuan harga *Papalele* juga mengarah pada kesepakatan harga sesuai dengan ajaran Islam.

Mama Reni (pembeli) “sayor baru kha?”

Mama Ija (*Papalele*) “io, baru datang?”

Mama Reni (pembeli) “satu ika barapa?”

Mama Ija (*Papalele*) “.....”

Mama Reni (pembeli) “kase turung (harga barang) sadiki jua eee”

Mama Ija (*Papalele*) “io. Ambel satu ika jua”

Acap kali transaksi jual beli yang dilakukan *Papalele* dengan pembeli yang ditemui pada sudut kota, dilakukan dengan rela sama rela (*antaradimminkum*). Sehingga, sifat keridhaan oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli) juga terjadi pada pasar. konsep ini hakekatnya ditegaskan oleh Islam, untuk dijalankan oleh setiap penjual dan pembeli. Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penakar barang yang disepakati oleh kedua pihak yang akad (Rachmat Syafei, 2008: 78).

Ibnu Taimiyah menyatakan : “Besarnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah”. Menurut Adiwarmanto Karim bahwa penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama.

Persoalan *Papalele* yang selalu datang silih berganti, membuat perubahan tindakan *Papalele*, dalam menentukan harga. Persoalan ini, sudah tentunya menjadi sesuatu yang selalu menjadi cobaan terberat bagi *Papalele* dalam menentukan harga. Meskipun demikian, praktek penentuan harga oleh *Papalele* masih mengarah pada ketentuan Islam dengan mengedepankan sifat kerelaan dalam setiap transaksinya.

KESIMPULAN

Sebelum menjalankan proses penjualannya, *papalele* lebih awal akan menentukan harga dasar bagi barang dagangan mereka. Pencapaian harga dasar tersebut dilakukan dengan cepat dengan menggunakan metode perhitungan matematika sederhana. Dalam menetapkan harga, *Papalele* tidaklah hanya mengedepankan materi semata. *Papalele* setiap kali menentukan harga selalu mengedepankan rasa kebersamaan sesama *Papalele*, terlebihnya *Papalele* terhadap pembeli. Penentuan harga bagi *Papalele* tidak berprinsip pada teori dan metode matematis modern. Pola perdagangan yang tradisional terrefleksikan dengan tindakan penentuan harga yang menggunakan metode sederhana yang digunakan untuk mencapai harga dasar penjualan. Bagi *Papalele*, harga yang cocok terhadap barang yang ditawarkan. Pembeli biasanya menawarkan harga yang rendah dari harga yang telah ditetapkan lebih awal oleh produsen. Sehingga ada kemungkinan harga kedua akan disepakati oleh pembeli dan *Papalele*, sehingga memaksakan *Papalele* harus mengikuti harga yang ditawarkan oleh pembeli, asal saja hasil transaksi tersebut tidak merugikan *Papalele*. Tindakan *Papalele* ini, secara total mengarah pada sifat kesederhanaan, tidak mengarah pada tindakan riba, jujur, dan menghargai pembeli. Selain itu, *Papalele* biasanya menentukan harga sesuai nilai-nilai Islam pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, *et al.*, (2017). *Cost-Volume-Profit Analysis As A Management Tool For Decision Making In Small Business Enterprise Within Bayero University, Kano*. IOSR Journal Of Business And Management, Vol. 19, No. 2. Hlm 40-45.
- Adiwarman Karim. (2008). *Ekonomi Mikro Islam*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Amaliah, Tri Handayan. (2014). *Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku*, FEB UNG. Gorontalo.
- Dimyauddin Djuwaini. (2011). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Faith dan Edwin Agwu. M, (2014) *A Review Of The Effect Of Pricing Strategies On The Purchase Of Consumer Goods*. Internasional Journal of Research in Management, Siances dan Technology, Vol. 2, No. 2, Hlm 92-93
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 143.
- Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*.
- Harsoyo, T.D. (2009) *Perangkap Loyalitas Pelanggan: Sebuah Pemahaman Terhadap Noncomplainers Pada Seting Jasa*.
- Haryanto, T. (2010)., *Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis*. JEJAK, Vol. 3, No. 1. Hlm 76. Surakarta.
- Kasari (2014), *Hermeneutika Laba Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Vol. 5, No. 1, Hal 67-75.
- Kurniawati., *Laba Dalam Akuntansi Syari'ah*. Stain Jurai Siwo Metro.
- Loupatt. *Papalele "Potret Perempuan Saparua Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga dan Kesetaraan Gender"*. Balai Pelestarian Nilai Budaya Ambon.
- Mohd Sah Basir , Syed Zamberi Ahmad, dan Philip J. Kitchen (2010). *The Relationship Between Sales Skills And Salesperson Performance: An Empirical Study In The Malaysia Telecommunications Company*. International Journal Of Management And Marketing Research, Vol. 3, No. 1. Hlm 53-55.
- Moleong (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal. 326
- Nana herdiana Abdurrahman (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan kewirausahaan*. Pustaka Setia. Bandung, Jl. BKR (Lingkar Selatan) No. 162-164. Hlm 257-259.

- Navaneetha *et al.*, (2017)., *An Analisis Of Cost Volume Profit Of Nestle limited*. International Journal Of Commerce And Management Research, Vom. 3, No. 3, Hlm 66-68.
- Rahmad Syafei. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung. Pustaka Setia.
- Salakory, R.A, dan Apituley, Y.M.. (2014). *Pemanfaatan Keuntungan Usaha Papalele Ikan Segar Di Negeri Passo Kota Ambon*. Vol. 2, No. 2. Universitas Pattimura Ambon.
- Secapramana (2001), *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*. Unitas, Vol. 9. No. 1.
- Sije Antoni dan Oloko Margaret (2013), *Penetration Pricing Strategy And Performance Of Small And Medium Enterprises In Kenya*, European Journal of business and social sciences, Vol. 2, No. 9. Hal 115-116.
- Soegijono, Simon Pieter. (2011). *Potret Aktivitas Komunikasi Pedagang Kecil di Ambon*. ISBN, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Souisa, Nancy Novitra. (1999). *Papalele : Ajang Hidup Berteologi Perempuan Ambon*. UKSW. Salatiga.
- Suwandi (2017)., *Etika Perataan Laba Dari Perspektif Akuntansi Syariah*. Jurnal ilmu Akuntansi, Vol. 10, No. 1.
- Sugijono, Simon Pieter. (2009). *Papalele Budaya Ekonomi Lokal*. UKSW. Salatiga.
- Theo Litaay, dan Soegijono. (2008). *Seminar Papalele; Budaya Ekonomi Lokal*.
- Yusuf Qhardawi. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terjemah Zainal Arifin (et.al). Jakarta: Gema Insani Press.
- Zuhro, M.B, (2015), *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 3, No. 1.