

A.4

by - -

Submission date: 14-May-2024 07:27AM (UTC+0500)

Submission ID: 2378787829

File name: A.4_Pemasaran_Pembiayaan_Murobahah_Dalam_Hukum_Islam.pdf (355.97K)

Word count: 3711

Character count: 23936

Pemasaran Pembiayaan Murobahah Dalam Hukum Islam

Hilda Sanjayawati 1), Muhammad Romli Muar 2)

1)Universitas Islam Raden Rahmad Malang, 2)Universitas Islam Raden Rahmad Malang

1)hilda.sanjayawati@uniramalang.ac.id, 2)Muhammadromli.Muar@uniramalang.ac.id.

INFO ARTIKEL

Article history

Received

Revised

Accepted

Kata kunci

Pemasaran, Pemasaran
dan Hukum Islam

ABSTRAK

Memasarkan suatu produk seorang marketing harus mengetahui strategi dan siapa yang akan menjadi konsumennya. Akad dihukumi sah dan tidak sah, menyesuaikan dengan rukun dan syaratnya. Jika satu akad sudah sesuai dengan syarat dan rukun, maka akad tersebut menjadi sah. Jika akad kekurangan rukun dan syarat, maka akad tersebut menjadi tidak sah. Akad yang tidak sah akan menimbulkan hukum haram atas perkara yang diakadi. Strategi Pemasaran Strategi Yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Alfa Mabruk Cabang Gondang Wetan harus memiliki inovasi yang baru dalam memasarkan produknya khususnya produk pembiayaan murabahah. Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik ini menggunakan analisis data kualitatif

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Sitasi Jurnal: Setiawan, D. C., & Yuliana, S. (2022). Instructions/template for preparing manuscript for JIIS. *Journal of Interdisciplinary Islamic Studies*, 1(1), 1-8.

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin pesat yang dapat mendorong perkembangan lembaga keuangan dengan berbagai jenisnya. Tak hanya lembaga keuangan perbankan saja, lembaga keuangan non bank pun mulai bermunculan. Seiring perkembangannya, lembaga keuangan baik perbankan maupun non bank mulai melakukan ekspansi ditengah persaingannya dengan menawarkan jasa keuangan Syariah mengingat penduduk Indonesia mayoritasnya umat muslim. Dengan dukungan tersebut, yang disertai dengan kesadaran akan pentingnya penerapan Syariah dalam tiap aspek kehidupan, khususnya dalam hal keuangan. Maka akan menjadi suatu dukungan yang secara otomatis mampu mendorong perkembangan lembaga-lembaga keuangan Syariah di Indonesia. Salah satu lembaga keuangan non bank yang banyak digunakan masyarakat, baik di pedesaan dan di kota adalah Koperasi Syariah. Koperasi Syariah adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi sesuai dengan prinsip bagi hasil yang mengembangkan usaha mikro dan kecil untuk meningkatkan derajat dan martabat mereka serta membela kepentingan orang miskin. Oleh karena itu, Koperasi Syariah tidak menerapkan sistem bunga dalam menjalankan usahanya, tetapi menjalankan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip Syariah sebagai imbalan atas jasa pembiayaan yang diberikan oleh Koperasi Syariah dan pengelolaan simpanan masyarakat. Setiap Lembaga pasti membutuhkan kegiatan pemasaran. Kegiatan tersebut bergerak dibidang nirlaba atau laba, karena semakin banyak lembaga yang membuat ketatnya persaingan dalam hal



wakala atau ketika anggota koperasi meminjam koperasi membelikan barang tetapi mewakili nasabahnya sendiri untuk membeli barang sendiri dan itu dinamakan murabahah bil wakala dan itu tergantung nasabah mau memilih yang mana.(Wawancara.2022) Dalam Pembiayaan yang menggunakan akad murabahah, koperasi dapat melihat tujuan serta jenisnya. Sedangkan untuk

tujuan anggota tersebut melakukan Pembiayaan di gunakan untuk apa, jika dana tersebut di gunakan untuk kebutuhan sehari – hari atau modal usaha maka koperasi akan memproses sesuai prosedur yang telah di tetapkan, lain hal jika dana tersebut di gunakan untuk hal yang melan ggar syariat, misal buat main judi, minuman kera s atau hal – hal yang melanggar syariat lainnya, maka koperasi tidak akan memprosesnya karena itu sudah keluar dari konsep Pembiayaan yang bersifat syariah. Kalau untuk jenis, koperasi dapat melihat dari tujuan awal anggota tersebut. Jika dana itu di gunakan oleh anggota sebagai kebutuhan sehari-hari serta tidak digunakan untuk modal usaha maka koperasi akan memasukkanya dalam kategori Pembiayaan murabahah bersifat konsumtif atau kebutuhan sehari-hari. Lain hal jika dana tersebut digunakan sebagai modal usaha maka koperasi memasukkan kedalam kategori Pembiayaan produktif. Karena tujuan dari Koperasi Syariah ini adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan akan berbeda dengan konvensional, dan terutama terletak pada syariahnya.

a. Promosi

Dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat ,anggota dan calon anggota khususnya di wilayah gondang wetan tentunya Koperasi Syariah menggunakan saluran promosi yang baik.

Berdasarkan dari hasil observasi dimana penulis juga langsung terjun bersama para marketing Koperasi Syariah, beberapa cara yang dilakukan marketing dari pihak Koperasi Syariah untuk mempromosikan pembiayaan murabahah antara lain :

1) Personal Selling

Personal selling adalah “Presentasi lisan dalam percakapan dengan para pembelian lebih prospektif untuk tujuan membuat penjualan”.(Kadir 2018)

Personal selling ini dilakukan Koperasi Syariah dengan cara pihak marketing langsung mendatangi calon anggota tersebut atau dengan tatap muka, nantinya pihak Koperasi tersebut menjelaskan atau memperkenalkan produk murabahah dari Koperasi Syariah ini kepada anggota atau calon anggotanya sampai anggota tersebut memahami produk pembiayaan murabahah yang sedang di jelaskan dan kemudian nantinya calon anggota atau anggota memiliki ketertarikan melakukan pembiayaan di Koperasi Syariah.

2) Periklanan

Iklan sendiri yaitu penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dalam hal ini iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Dan iklan membantu menjelaskan akan suatu produk, sedangkan bagi koperasi itu sendiri iklan merupakan suatu alat pem asar yang sangat penting bagi perusahaan dan menurut Bapak M. Badrul Munir iklan yang dilakukan Koperasi Syariah dalam produk pembiayaan murabahah diantaranya melalui penyebaran brosur yang diberikan kepada masyarakat luas dan anggota-anggota atau instansi-instansi yang ada di wilayah kecamatan gondang wetan, atau melalui media elektronik Whatsapp dll.

3) Kedekatan

Marketing Koperasi Syariah juga melakukan pendekatan terhadap setiap anggotanya agar nantinya anggota tersebut merasa nyaman terhadap marketing yang selalu datang ke tempat tempat anggotanya dan dengan demikian membuat ketertarikan anggota dan calon anggota untuk melakukan pembiayaan murabahah di koperasi syariah seperti melakukan promosi kepada anggotanya yang berada di rumah-rumah ,warung-warung atau tempat-tempat lainnya. dan pendekatan ini juga tidak hanya dilakukan pada anggota Koperasi Syariah, namun juga kepada pedagang-pedagang yang berada di pasar Gondang Wetan dan warga Kecamatan Gondang Wetan dan sekitarnya. Tujuannya agar supaya masyarakat mengetahui produk pembiayaan murabahah ini.

4) Jemput Bola

Koperasi Syariah melakukan antar jemput pembiayaan/cicilan dan tabungan anggota ke rumah atau tempat usaha anggota atau disebut juga jemput bola. Hal ini sangat memudahkan anggota karena anggota tidak perlu datang ke kantor untuk mengantarkan cicilan ataupun tabungan. Bagi anggota yang ingin meminta tabungan pun bisa memintanya kepada salah satu karyawan kemudian bagian *marketing* akan mengantarkannya langsung kepada anggota.

Dan pelayanan seperti ini bisa membuat calon anggota dan anggota Koperasi Syariah Alfa Mabruk Cabang Gondang Wetan menghemat waktu dan memberikan keuntungan dan menjadi salah satu promosi yang dilakukan Koperasi Syariah Alfa Mabruk Cabang Gondang Wetan ini

b. Place (tempat)

Strategi pemilihan lokasi yang tepat akan dapat berdampak cukup besar terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya Koperasi agar supaya dapat mempermudah akses untuk ditempuh dengan menggunakan berbagai sarana transportasi yang ada. Koperasi Syariah membuka kantor cabang.Kantor Cabang memiliki keuntungan dalam memasarkan produknya didukung dengan tempat yang strategis berdekatan dengan pasar yang berada di gondang wetan dan lembaga keuangan lainnya dan disekitar kantor terdapat instansi-instansi, Namun dengan adanya lembaga-lembaga keuangan lainnya menjadikan persaingan yang semakin ketat.

c. Price (Harga)

Strategi harga tentunya memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap semua penjualan produk dari Koperasi Syariah dan dapat memberikan nilai dan citra dari pada anggota dan calon anggota. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan.Sistem pembiayaan menggunakan akad murabahah di koperasi syariah yang sudah berjalan sesuai dengan Fatwa dewan syariah No. 111/DSN-MUI/IX/2017 tentang Pembiayaan murabahah, di mana harga perolehan, harga jual, serta margin yang sama-sama di ketahui dan di sepakati oleh kedua belah pihak.

Dengan adanya Pembiayaan berbasis syariah di koperasi syariah alfa mabruk ini, anggota serta masyarakat sekitar dapat terhindar dari Pembiayaan yang bersifat riba, yang mana dalam ayat al qur'an telah di sebutkan dalam surat Al Baqarah : 275 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ يَدْعُونَ لِلْقُرْآنِ مُتَحَدِّثِينَ يُهِنُوا كَلِمَةَ اللَّهِ وَفِيهَا سُبْحَانُ لِلَّهِ سَمِعْنَاهُ نَجْوَا لِمَنْ أَحْبَبُوا ۗ لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ إِذْ يَقُولُ لَأَقْتُلَنَّكَ يَا كَافِرٌ ۗ وَالَّذِينَ يَحْمِلُونَ أَثْقَالًا وَيَحْتَسِبُونَ عِشْرَةَ النَّاسِ لَأَجْرًا لَمْ يَأْكُلُوا فِيهَا مِنًّا وَهُمْ يَوَدُّ أَنْ يُسْفَرُوا بِهَا لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ إِذْ يَقُولُ لَأَقْتُلَنَّكَ يَا كَافِرٌ ۗ وَالَّذِينَ يَحْمِلُونَ أَثْقَالًا وَيَحْتَسِبُونَ عِشْرَةَ النَّاسِ لَأَجْرًا لَمْ يَأْكُلُوا فِيهَا مِنًّا وَهُمْ يَوَدُّ أَنْ يُسْفَرُوا بِهَا لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ إِذْ يَقُولُ لَأَقْتُلَنَّكَ يَا كَافِرٌ ۗ وَالَّذِينَ يَحْمِلُونَ أَثْقَالًا وَيَحْتَسِبُونَ عِشْرَةَ النَّاسِ لَأَجْرًا لَمْ يَأْكُلُوا فِيهَا مِنًّا وَهُمْ يَوَدُّ أَنْ يُسْفَرُوا بِهَا لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ إِذْ يَقُولُ لَأَقْتُلَنَّكَ يَا كَافِرٌ ۗ

Artinya :

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. Dan hadits nabi yang berbunyi :Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "*Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*" (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).Pentingnya pendapatan harga yang efektif merupakan proses bagaimana anggota atau calon anggota itu bisa memiliki ketertarikan terhadap produk pembiayaan murabahah di Koperasi Syariah. Karena penentuan harga tidak memberatkan anggota atau calon anggota sehingga terciptanya keadilan. Dan keadilan merupakan prinsip islam agar supaya tidak ada yang merasa saling dirugikan strategi pemasaran pasti terdapat kendala yang dialami oleh Koperasi Syariah. Proses Pemasaran tentunya tidak akan maksimal disebabkan oleh kendala-kendala tersebut. Kendala yang dihadapi oleh Koperasi menerapkan bauran pemasaran dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah yaitu:

1) kurangnya pemahaman masyarakat

Masyarakat pada umumnya kurang mengetahui tentang sistem bagi hasil dari Koperasi Syariah ataupun sistem akad yang digunakan dan mengenai pembiayaan syariah dengan konvensional karena menganggap keduanya memiliki kesamaan dalam hal pembiayaan yang menyebutkan keuntungan, namun keduanya memiliki perbedaan yang mendasar yaitu bagi hasil, margin, sedangkan untuk konvensional identik dengan bunga. Masyarakat yang belum mengerti biasanya hanya mengetahui sekilas tentang produk murabahah ini, dan ketidak tahuan masyarakat diakibatkan karena kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang pembiayaan syariah ini.

2) Persaingan antar lembaga keuangan

Persaingan adalah suatu proses sosial, dimana suatu lembaga berusaha mencapai tujuan dengan melakukan strategi pemasaran yang dilakukannya. Persaingan yang dihadapi oleh Koperasi Syariah terhadap lembaga keuangan yang lain menjadi penilaian sejauh mana keberhasilan dari Koperasi Syariah.

Adapun upaya atau solusi yang dihadapi Koperasi Syariah dalam menghadapi kendala yang ada di lapangan adalah dengan cara Koperasi Syariah sebagai penyedia barang dengan cara mewakili pihak kopeirasi untuik meimbelikan dan itui termasuk muirabahah non wakala atai

ketika anggota koperasi meiminta kopeirasi meimbeilikan barang teitapi meiwakilkan nasabahnya seindiri untuik meimbeili barang seindiri dan itu dinamakan muirabahah bil wakala dan itu teirgantuing nasabah maui meimilih yang mana.(Wawancara.2022). Dalam Peimbiayan yang meinggunakan akad muirabahah, kopeirasi dapat meilihat tujuan seirta jeinisnya. Seidangkan untuik tuijuian anggota teirseibuit meilakuikan Peimbiayan di guinakan untuik apa, jika dana teirseibuit di guinakan untuik keibuituihan seihari – hari atau modal usaha maka kopeirasi akan meimproseis seisuiai proseiduir yang teilah di teitapkan, lain hal jika dana teirseibuit di guinakan untuik hal yang meilanggar syariat, misal buiat main juidi, minukiman keiras atau hal – hal yang meilanggar syariat lainnya, maka kopeirasi tidak akan meimproseisnya kareina itu sudah keiluiar dari konsep Peimbiayaan yang beirsifat syariah. Kalau untuik jeinis, kopeirasi dapat meilihat dari tuijuian awal anggota teirseibuit. Jika dana itu di guinakan oleh anggota seibagai keibuituihan seihari-hari seirta tidak diguikan untuik modal usaha maka kopeirasi akan meimasuikkan nya dalam kategori Peimbiayaan muirabahah beirsifat konsuimtif atau keibuituihan seihari-hari. Lain hal jika dana teirseibuit diguikan seibagai modal usaha maka kopeirasi meimasuikkan keidalam kategori Peimbiayaan produiktif. Kareina tuijuian dari Kopeirasi Syariah ini adalah teirhindar dari transaksi riba, maka produik yang ditawarkan akan beirbeida deingan konveinsional , dan teiritama teirleitik pada syariahnya. Kopeirasi Syariah Alfa Mabruik Cabang Gondang Weitan meimbeirikan keimuidahan deingan meimbeirikan seirvicei yang maksimal.

- d. Deingan adanya Peimbiayaan beirbasis syariah di kopeirasi syariah alfa mabruik ini, anggota seirta masyarakat seikitar dapat teirhindar dari Peimbiayaan yang beirsifat riba, yang mana dalam ayat al quir'an teilah di seibuitkan dalam suirat Al Baqarah : 275 yang beirbuinyi:

لَا يَرْبِيْ اَوْ a

Artinya :

Orang-orang yang meimakan riba tidak dapat beirdiri meilainkan seipeirti beirdirinya orang yang keimasuikan seitan kareina gila. Yang deimikian itu kareina meireika beirkata bahwa jual beili sama deingan riba. Padahal Allah teilah meinghalalkan jual beili dan meingharamkan riba. Barangsiapa meindapat peiringatan dari Tuihannya, lalu dia beirheinti, maka apa yang teilah dipeiroleihnya dahului meinjadi miliknya dan uirusannya (teirseirah) kepada Allah. Barangsiapa meingulangi, maka meireika itu peinghuini neiraka, meireika keikal di dalamnya. Dari Abui Sa'id Al-Khuidri bahwa Rasuillullah SAW beirsabda, "Seisuinguuhnya jual beili itu haruis dilakuikan suika sama suika." (HR. al-Baihaqi dan Ibnui Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnui Hibban). Pentingnya peindapatan harga yang eifeiktif meiruipakan proseis bagaimana anggota atau calon anggota itu bisa meimiliki keiteirtarikan teirhadap produik peimbiayaan muirabahah di Kopeirasi Syariah ini. Kareina peineintuian harga tidak meimbeiratkan anggota atau calon anggota seihingga teirciptanya keiadilan. Dan keiadilan meiruipakan prinsip islam agar suipaya tidak ada yang meirasa saling diruigikan.Kopeirasi Syariah meilakuikan strateigi peimasaran pasti teirdapat keindala yang dialami oleh Kopeirasi Syariah Proses Peimasaran teintunya tidak akan maksimal disebabkan oleh keindala-keindala teirseibuit. Keindala yang dihadapi oleh Koperasi Syariah menerapkan bauran peimasaran dalam meimasarkan produik peimbiayaan muirabahah yaitukuirangnya peimahaman masyarakat Masyarakat pada uimuinya kuirang meingetahui teintang sisteim bagi hasil dari Kopeirasi Syariah atauipuin sisteim akad yang diguikan dan meingeinai peimbiayaan syariah deingan konveinsional kareina meinganggap keiduiannya meimiliki keisamaan dalam hal peimbiayaan yang meinyeibuitkan keiuintuingan, namun keduanya memiliki perbedaan yang mendasar yaitu bagi hasil, margin, sedangkan untuk konvensional identik deingan bunga. Masyarakat yang beiluim mengerti biasanya hanya meingetahuii sekilas teintang produik muirabahah ini, dan keitidak tahuian masyarakat diakibatkan kareina kuirangnya sosialisasi teirhadap masyarakat teintang peimbiayaan syariah ini.

2) Peirsaiangan antar lembaga keuiangan

Persaingan adalah suatu proses sosial, dimana suiatui lembaga berusaha meincapai tujuan deingan meilakuikan strateigi peimasaran yang dilakuikannya. Persaingan yang dihadapi oleh Kopeirasi Syariah teirhadap lembaga keuiangan yang lain meinjadi peinilaian seijauh mana keibeirhasilan

keuangan-keuangan yang lain teintunya bisa meimbuat pihak markeiting dari Koperasi Syariah tidak bisa beirgeirak seicara leiluiasa dalam meimasarkan produik-produik dari Koperasi Syariah. Terlalu banyaknya kompetitor dari Lembaga keuangan lain yang juiga menawarkan produik-produik yang sama teintunya akan meinimbuilkan peirsainan yang cuikuip keitatan dan akan meimpeingaruihi sisteim dari strategi peimasaran yang dilakukan pihak dari Tentunya Kopeirasi Syariah akan teirancam oleih peita peirsainan leimbaga keiuiangan di masyarakat apabila tidak dapat meilaksanakan strategi peimasarannya deingan baik dan eifeiktif dikareinakan peirsainan antar leimbaga keiuiangan yang beirada di masyarakat yang seimakin keitatan.

4. Kesimpulan

Hasil pembahasan diatas penulis menyimpulkan bahwa Startegi pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Syariah dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah adalah dengan cara 4P : *Product (produk), Promotion (Promosi), Place (Tempat), Price(Harga)*. Dalam strategi pemasaran tentunya tujuan akan tercapai apabila Koperasi Syariah melakuk an strategi tersebut dengan baik dan terarah. Dan Ketika strategi tersebut berhasil tentunya akan memberikan dampak yang baik bagi Koperasi Syariah ini. Yang nantinya para calon anggota dan masyarakat dapat mengetahui tentang produk pembiaayaan murabahah ini. Kendala yang dialami yaitu kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menabung di Lembaga Keuangan Dan terlalu banyaknya kompetitor dari koperasi-koperasi lain

REFERENSI

- Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Muhib Wahab. 2004. *Psikologi Sua tu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Kencana.
- Agus Tomi, Tulus Suryanto dan Ruslan Abdul Ghafur. 2019. "Peranan Dana Pihak Ketiga Dan Non Performing Financing Dalam Men ingkatkan Pertumbuhan Pembiayaan Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2015 -2018." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 6 (2).
- Andika, Muhammad, and M. Syam`un Rosyadi. 2020. "Implementasi Akad Murabahah Dalam Pembiayaan Produktif Pada KSPPS BMT NU Jombang." *JIES : Journal of Islamic Economics Studies* 1 (3). <https://doi.org/10.33752/jies.v1i3.239>.
- Anoraga, Pandji. 2000. "Manajemen Bisnis / Pandji Anoraga, Se., MM. l OPAC Perpustakaan Nasional RI." *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2 (2).
- Dihin, Septyanto, and Dew anto Ignatius Joko. 2020. "Umkm Dan Penggunaan E-Marketing Dalam Kegiatan Usaha Di Jawa Tengah Dan Daerah Istimewa Yoyakarta." *JP Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsoed*.
- Dwiawani, Putri, and Heri Sudarsono. 2021. "ANALISIS DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA." *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8 (1). <https://doi.org/10.30829/hf.v8i1.9354>.
- Edisi, P B, B A Sari, and N P Hotel. 2014. "Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011 Balqis. Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah" *Jurnal Khatulistiwa Vol.*
- Hamid, Abdul, and Fitri Syifa Fauziah. 2020. "ANALISIS PELAKSANAAN AKAD MURABAHAH MENURUT FATWA DSN MUI NO:04/DSN-MUI/IV /2000 TENTANG MURABAHAH DI KOPERASI SYARIAH MASJID BESAR TEGALKALONG SUMEDANG." *Al - Muja ddid: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama* 2 (2). <https://doi.org/10.51482/almujaddid.v2i2.40>.
- Hatta, Muhamad. 2022. "IMPLEMENTASI MUDARABAH PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH." *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1 (1). <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i1.159>.

-
- Kadir, Abdul. 2018. "PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TIKET ONLINE TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT PELNI (PERSERO) CABANG PAREPARE." *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 (3). <https://doi.org/10.31850/economos.v1i3.568>.
- Lumbanraja, Prihatin, Arlina Nurbaity Lubis, Beby Kendida Hasibuan, and Amllys Syahputra Silalahi. 2019. "PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA SEI ROTAN MELALUI OPTIMISASI MANAJEMEN USAHA KELOMPOK KERUPUK RENGGINANG." *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3 (2). <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v3i2.4134>.
- Maulani, Denia, and Sita Oktaviani. 2018. "STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH DALAM PEMBIAYAAN MURABAHAH (KELOMPOK) USAHA MIKRO PADA KOPERASI KARYA USAHA MANDIRI SYARIAH CABANG KECAMATAN CIAMPEA BOGOR." *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 6 (1).

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

9%

★ repository.radenintan.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 15 words