

STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH

Uji Sapei

Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, Indonesia
ujisapei@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Strategi pemasaran semenarik mungkin yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan memberikan informasi yang bersifat membujuk kepada masyarakat atau pelanggan agar tertarik untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sedangkan strategi pemasaran produk deposito mudharabah adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk deposito mudharabah sebagai fasilitas penghimpun dana yang memberikan nisbah dan bagi hasil yang di sepakati Bersama dengan minimal bagi deposit yang tergolong rendah dan jangka waktu penarikan dana yang di sepakati bersama, dengan memberikan informasi yang jujur, menghindari iklan palsu dan penipuan yang tidak sesuai dengan syariat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sifat penelitian ini adalah deskriptif data yang diperoleh melalui metode penelitian yang bersifat Deskriptif data yang diperoleh melalui metode Interview, Observasi, Dokumentasi, dan analisis data diperoleh secara kualitatif disimpulkan dengan cara berfikir induktif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 4 orang, adapun sampelnya berjumlah 4 orang yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Hasil temuan dari analisis data yang peneliti peroleh adalah bahwa dalam strategi pemasaran yang diterapkan Bank BJB Syariah Subang ini menggunakan strategi Marketing Mix yang meliputi Strategi Produk yaitu dengan penawaran nisbah dan perhitungan bagi hasil yang baik, memiliki ciri khas yaitu menggunakan metode mudharabah dan akad lainnya.

Kata Kunci: Promosi, Gadai Emas, Minat Nasabah, Perbankan syariah.

Abstract: The company uses the most attractive marketing strategy possible to introduce products and provide persuasive information to the public or customers so that they are interested in buying and using the products offered by the company. Meanwhile, the marketing strategy for mudharabah deposit products is a marketing activity carried out by the company to introduce mudharabah deposit products as a fund collection facility that provides a mutually agreed ratio and profit sharing with a minimum for relatively low deposits and a mutually agreed period for withdrawing funds, with provide honest information, avoid false advertising and fraud that is not in accordance with sharia. This research is qualitative research. The nature of this research is descriptive data obtained through descriptive research methods. Data obtained through interviews, observation, documentation and analysis of data obtained qualitatively is concluded using inductive thinking. The population in this study was 4 people, while the sample was 4 people taken based on predetermined criteria. The findings from the data analysis that the researchers obtained were that the marketing strategy implemented by Bank BJB Syariah Subang uses a Marketing Mix strategy which includes the Strategy The product, which offers a good ratio and calculation of profit sharing, has the characteristic of using the mudharabah method and other contracts.

Keywords: Promotion, Gold Pawning, Customer Interest, Sharia Banking.

Article History:

Received: 16-07-2023

Revised : 25-08-2023

Accepted: 26-09-2023

Online : 28-09-2023

A. LATAR BELAKANG

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, kelembagaan, kegiatan usaha serta cara, dan proses pelaksanaan usahanya. bank syariah

dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan pada prinsip syariah islam (Ramadhani, 2023).

Prinsip atau hukum perbankan syariah ditimbang akan melahirkan keseimbangan sistem ekonomi karena dihilangkannya antara lain unsur gharar (spekulasi atau ketidakpastian) umpamanya. Di sini pemberi dana di samping turut berbagi keuntungan juga ikut berbagi kerugian uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan lagi komoditas, karena tidak dianggap memiliki nilai intrinsic (Ramadhani & Rizkan., 2021).

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan Hadist Nabi Saw. Dengan kata lain bank syariah dalam pengoperasionalannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'at islam (Fasa, 2020).

Deposito yang seiring terdengar dari sebagian bank hanya mengeksploitir rasa sentiment investasi saja, tidak dipungkiri diterapkannya konsep pemasaran deposito di bank syariah mengundang persepsi yang tidak baik dikalangan masyarakat sendiri (Ropei & Sururie., 2021).

Dimana persepsi masyarakat terhadap produk deposito, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap produk deposito, Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan dimana masyarakat belum begitu mengetahui apa itu deposito, seluk-beluk mengenai deposito dan sistem bagi hasil (Abdurohim, 2022).

Padahal masyarakatnya banyak melakukan berbagai kegiatan simpan dan pinjam yang berhubungan dengan tabungan, akan tetapi kebanyakan masyarakat lebih memilih menabung di tabungan biasa dan bahkan masih ada masyarakat yang beranggapan bahwa deposito itu tabungan yang merugikan saja. Dari segi pendapatan dan keuntungan deposito lebih menguntungkan dari pada menyimpan di tabungan biasa, oleh sebab itu menjadi alasan kenapa masyarakat lebih banyak yang menyimpan ditabungan biasa (Ropei, 2020)

. Dengan memahami tingkat persepsi atau pemahaman masyarakat tersebut terhadap deposito, maka bank memiliki peluang yang kuat untuk memasarkan produk yang ditawarkan agar lebih bersifat market driven. Struktur pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang sudah terbangun sudah sangat lama tentu tidak mudah diarahkan kepada sistem simpan pinjam yang semakin berkembang kebutuhan lalu lintas keuangan (Badruzaman & Ropei., 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Bank BJB Syariah Subang”. Kata pemasaran seiring kali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (sales), sales promotion girl, iklan, promosi, atau produk. Bahkan sering kali orang menyamakan promotion profesi marketer (pemasar) dengan sales (penjual) (Ropei, 2021).

Namun sebenarnya pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”. Sehingga pemasaran proses penjualan yaitu dimulai dari perancangan yang hanya berpengaruh pada terjadinya transaksi penjualan barang ataupun jasa. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Pengertian pemasaran adalah orang atau badan yang terlibat dalam pengalihan, pemikiran, dan penyampaian barang dari produsen kepada konsumennya (Rukmanda, 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, cukup beralasan jika penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah”.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis dan mendeskripsikan Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode deskriptif analisis. Menurut (Arifudin, 2020) bahwa deskriptif analisis adalah penelaahan secara empiris yang menyelidiki suatu gejala atau fenomena khusus dalam latar kehidupan nyata. Hasil penelitian ini dikumpulkan dengan data primer dan data skunder.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Arifudin, 2023) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Rahayu, 2020) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (field research). Menurut (Zulfa, 2021) bahwa pendekatan ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis mengenai Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah. Sehingga dengan metode tersebut akan mampu menjelaskan permasalahan dari penelitian (Damayanti, 2020).

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Teknik dapat dilihat sebagai sarana untuk melakukan pekerjaan teknis dengan hati-hati menggunakan pikiran untuk mencapai tujuan. Walaupun kajian sebenarnya merupakan upaya dalam lingkup ilmu pengetahuan, namun dilakukan untuk mengumpulkan data secara realistis secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Metodologi penelitian adalah sarana untuk menemukan obat untuk masalah apa pun. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan informasi tentang Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah dari buku-buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, ebook, dan lain-lain (Sofyan, 2020).

Karena membutuhkan bahan dari perpustakaan untuk sumber datanya, maka penelitian ini memanfaatkan penelitian kepustakaan. Peneliti membutuhkan buku, artikel ilmiah, dan literatur lain yang berkaitan dengan topik dan masalah yang mereka jelajahi, baik cetak maupun online (Fitria, 2023).

Mencari informasi dari sumber data memerlukan penggunaan teknik pengumpulan data. Amir Hamzah dalam (Arifudin, 2022) mengklaim bahwa pendataan merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mengumpulkan data. Secara khusus, penulis memulai dengan perpustakaan untuk mengumpulkan informasi dari buku, kamus, jurnal, ensiklopedi, makalah, terbitan berkala, dan sumber lainnya yang membagikan pandangan Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah.

Lebih lanjut Amir Hamzah mengatakan bahwa pengumpulan data diartikan berbagai usaha untuk mengumpulkan fakta-fakta yang berkaitan dengan topik atau pembahasan yang sedang atau akan digali (Ulfah, 2023). Rincian tersebut dapat ditemukan dalam literatur ilmiah, penelitian, dan tulisan-tulisan ilmiah, disertasi, tesis, dan sumber tertulis lainnya. Menurut (Arifudin, 2021) bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai keadaan, menggunakan sumber yang berbeda, dan menggunakan teknik yang berbeda.

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Hanafiah, 2021). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Haris, 2023). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah.

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Tanjung, 2023).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada (Mardizal, 2023). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Fitria, 2020) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang keadaan lembaga (obyek penelitian) yaitu Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah.

Menurut Muhadjir dalam (Surya, 2023) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap penelitian yang dikajinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian yakni di Bank BJB Syariah cabang Subang setelah beberapa tahap dilalui. Dimulai dengan observasi di lapangan kemudian mewawancarai seluruh karyawan di bagian Funding Officer dan juga beberapa nasabah. Hasil yang diperoleh diantaranya mengenai strategi pemasaran produk deposito mudharabah diantaranya Deposito ib masalah merupakan jenis investasi berprinsip *mudharabah muthlaqah* yang menariknya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo (sesuai jangka waktu), diperuntukkan bagi perorangan dan badan hukum (PT, yayasan, koperasi), Badan usaha (CV dan Firma). Bank akan menerbitkan *Bilyet* deposito sebagai bukti atas penempatan dana deposan pada bank (Ropei et al, 2023).

Akad yang digunakan untuk produk deposito pada bank bjb syariah adalah Mudharabah Muthlaqah, yaitu prinsip yang digunakan dalam transaksi deposito dengan menggunakan mekanisme *pooling of fund*, dimana bank diberikan kewenangan untuk mengelola dana investasi tersebut untuk mendapatkan keuntungan (Ropei, 2022).

Tuntutan realitas pembacaan teks era sekarang meniscayakan pengayaan metodologis, terutama pada teks-teks sakral semisal kitab suci keagamaan. Dalam konteks ini, para pemikir Islam di bidang Tafsir al-Qur'an mencoba mengkaji hermeneutika (Tarlam et al, 2023). Suatu cabang ilmu menafsirkan teks yang tidak lagi memungkinkan dikonfirmasi kepada pencipta/penulisnya. Sebagaimana kebenaran relatif yang dikandung oleh ta'wil (alegoric) yang dikenal dalam tafsir al-Qur'an klasik, Hermeneutika juga menyuguhkan produk analisis yang mengandung kebenaran relative. Itulah sebabnya, Hermeneutika membutuhkan "rukun" atau persyaratan agar produk analisisnya sedekat mungkin kepada maksud pencipta teks. Melalui analisis filsafat bahasa, makalah ini mencoba memberikan gambaran umum bagaimana hermeneutika bekerja sebagai suatu pendekatan dalam pengkajian Bible. Berdasarkan analisis tersebut ditemukan bahwa Hermeneutik dan Bibel adalah satu kesatuan bahasan yang sangat berhubungan, karena giron atau kajian hermeneutika yaitu mengkaji pemahaman teks termasuk (Permana & Rukmanda, 2021).

Strategi Pemasaran Produk Deposito Dengan Menggunakan Akad Mudharabah Muthlaqah

Strategi adalah penentuan arah atau operasi-operasi berskala besar untuk bagaimana menggerakkan sesuatu pasukan atau tim keposisi yang menguntungkan. Dengan demikian, pengertian strategi yaitu sebagai penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi, dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal. yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah proses atau tata cara dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengatur, mengendalikan dan menyelesaikan suatu permasalahan yang ada agar segala aktivitas berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Parid & Rosadi., 2020).



Gambar 1.1 Aluir Akad Wakalah Wal Murabahah

Akad Murabahah yang digunakan antara bank dengan nasabah yang mengajukan. Pembiayaan Dengan produk Deposito iB Masalah ini dengan tujuan mengelola

keuangan secara lebih tinggi dari bentuk simpanan lainnya. Akad mudharabah adalah akad yang bisa digunakan untuk kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk investasi syariah (Rifki, 2023).

Dalam praktik mudharabah pada deposito di Bank BJB Syariah Cabang Subang, bank mempunyai hak untuk mengelola keuangan deposito yang sudah di setorkan kepada bank untuk di kelola dalam bentuk atau dalam bidang usaha atau bidang pendanaan lainnya. Perhitungan nisbah yang telah di sepakati oleh nasabah dan bank menjadi acuan utama mengambil keuntungan kepada pihak nasabah dan bank (Nugraha, 2022).

Dewan Syariah Nasional (DSN) keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam bidang investasi, pada masa kini, memerlukan jasa perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat adalah deposito, yaitu simpanan dana berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank (Parid, 2022).

Sistem Bagi Hasil Deposito Mudharabah

Dalam menghitung bagi hasil Deposito Mudharabah, basis perhitungan adalah hari bagi hasil sebenarnya, termasuk tanggal tutup buku, namun tidak termasuk tanggal pembukaan deposito Mudharabah dan tanggal jatuh tempo. Sedangkan jumlah hari dalam sebulan yang menjadi angka penyebut/angka pembagi adalah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, 31 hari) (Muchamad Rifki et al, 2023).

Pada umumnya bagi hasil terhadap investasi dana dari masyarakat menggunakan revenue sharing. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa arti revenue pada prinsip ekonomi dapat diartikan sebagai total penerimaan dari hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah dari total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut Dalam hukum Islam, konsep balig sudah lama diperdebatkan di kalangan ulama. Perdebatan tersebut juga tampaknya telah menghasilkan aturan yang berbeda mengenai usia minimum pernikahan di antara negara-negara Muslim (Parid, 2020).

Di Mesir dan Pakistan, usia minimum untuk menikah adalah 18 tahun untuk laki-laki dan 16 tahun untuk perempuan. Namun, Pakistan telah melangkah lebih jauh dengan memberikan sanksi hukum jika peraturan usia minimum dilanggar. Di Tunisia, usia minimum untuk menikah adalah 18 tahun untuk pria dan wanita, sedangkan di Indonesia adalah 19 tahun untuk pria dan wanita. Penetapan usia minimal menikah dimaksudkan untuk beberapa tujuan, antara lain membatasi jumlah pernikahan dini, menekan angka perceraian, dan mempersiapkan generasi bangsa yang kuat melalui pendewasaan usia pernikahan. Kepentingan-kepentingan tersebut, dalam perspektif hukum Islam, merupakan manifestasi dari prinsip maslahah (menarik kebaikan dan menolak keburukan dalam kehidupan berumah tangga (Gumala et al, 2019).

Dalam hal proses penarikan Investasi yang hanya dengan menggunakan secarik kertas ternyata diluar dugaan nasabah menilai kurang bagus sebanyak 50% ini di karenakan kurang bagus/indahnyanya secarik kertas tersebut. Seharusnya BMI mempunyai inovasi dengan mendesain kartu pengambilan dana investasi agar para deposan lebih tertarik Tingkat kepastian nisbah tergantung realisasi bisnis dari pengelola dana. Jika kinerja bank tersebut jelek dan usaha yang dilakukan merugi, maka kerugian tersebut dibebankan pada nasabah (Utami & Parid., 2021).

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada data-data dari hasil penelitian dilapangan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa: 1) Strategi pemasaran produk deposito bank BJB syariah subang dengan menggunakan akad mudharabah dilaksanakan pada pendanaan produk konsumen yaitu Deposito iB Masalahah. Dimana nasabah mengajukan kepada pihak bank di bagian konsumen dengan membawa persyaratan yang ditentukan oleh bank. Setelah persyaratan telah terpenuhi maka bank akan menindak lanjutkan proses deposito yang telah disepakati oleh pihak bank dan nasabah yang kemudian melakukan perjanjian nisbah dan perjanjian jangka waktu yang di tentukan untuk menentukan perhitungan keuntungan dari nisbah, dan 2) Pemasaran produk Deposito dengan akad Mudharabah pada produk konsumen di Bank BJB Syariah dengan menggunakan akad Mudharabah muthlaqah dilaksanakan pada produk pendanaan konsumen yaitu Deposito iBMaslahah. Dimana nasabah pendanaan yang merupakan perorangan bahkan perusahaan-perusahaan yang ingin mengembangkan keuangan mereka yang mengajukan kepada pihak bank dibagian konsumen dengan membawa persyaratan yang telah ditentukan pihak bank, yang mana guna pembiayaan digunakan untuk biaya pendidikan, biaya pengobatan dan biaya pernikahan bahkan untuk pengembangan keuangan dengan adanya nisabah sistem bagi hasil. Setelah persyaratan telah terpenuhi maka bank akan mempunyai kuasa penuh untuk mengelola keuangan nasabah untuk melakukan perputaran usaha atau perputaran keuangan.

Dibutuhkan strategi yang variatif dalam memberikan upaya lebih dalam mencapai pemasaran yang baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini samapai akhir dengan baik, terlebih khususnya kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, yang telah mengizinkan kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik
2. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang yang telah mengizinkan penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurohim, A. (2022). Environment Conservation in Pressing Climate Change Environmental Fiqih and Islamic Law. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 2033–2039.
- Arifudin, O. (2020). Pengaruh Kompensasi Dan Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan PT. GLOBAL MEDIA. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 409–416.
- Arifudin, O. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 286–298.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social*

- Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Badruzaman & Ropei. (2020). Gender Equality For Women Victims Of Violence In Household. *Al-IHKAM: Jurnal Hukum Keluarga Jurusan Ahwal Al-Syakhshiyah Fakultas Syariah IAIN Mataram.*, 12(1), 1–14.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- Fitria, N. (2023). Manajemen Pengelolaan Media Pembelajaran Pendidikan Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(03), 2239–2252.
- Gumala et al. (2019). The Practice of Reading Approaches in Developing Students' Reading Competency on Javanese Language among Primary School Teachers. *INCOLWIS 2019: Proceedings of the 2nd International Conference on Local Wisdom, INCOLWIS 2019, August 29-30, 2019, Padang, West Sumatera, Indonesia*.
- Hanafiah, H. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220.
- Haris, I. (2023). Pengenalan Teknis Penggunaan Software Turnitin Dan Mendeley Dekstop Untuk Meningkatkan Kualitas Karya Ilmiah Mahasiswa Baru. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 172–178.
- Mardizal, J. (2023). Model Kepemimpinan Transformational, Visioner dan Authentic Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Era 4.0. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2994–3003.
- Muchamad Rifki et al. (2023). Internalisasi Nilai-Nilai Karakter melalui Metode Keteladanan Guru di Sekolah. *Jurnal Basicedu*, 7(1), 89–98.
- Nugraha, L. (2022). Profile of Learning Environmental Literacy in Elementary School. *PrimaryEdu: Journal of Primary Education.*, 6(2), 211–222.
- Parid & Rosadi. (2020). Aliran Filsafat dalam Pendidikan Islam Ditinjau dari Perspektif Muhammad Jawwad Ridla. *Journal of Islamic Education Policy*, 4(2), 152–163.
- Parid, M. (2020). Relevansi Komunikasi Pembelajaran dengan Materi Bahan Ajar SD/MI. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan.*, 6(3), 442–452.
- Parid, M. (2022). Integrasi Sains dengan Keilmuan Lain Pada Tingkat SD/MI. *AL-TARBIYAH: Jurnal Pendidikan (The Educational Journal)*, 32(1), 1–13.
- Permana & Rukmanda. (2021). Wakaf: Tinjauan Fiqh, Dasar Hukum, dan Implementasinya di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 154-168.
- Rahayu, Y. N. (2020). *Program Linier (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung : Widina Bhakti

Persada.

- Ramadhani & Rizkan. (2021). Analysis of Internal and External Determinant Variables towards Profitability of Islamic Banking in Indonesia (2014-2020). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 4(1), 18–34.
- Ramadhani, F. (2023). Analisis Determinan Variabel Kinerja Keuangan Terhadap Total Aset Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 500–507.
- Rifki, M. (2023). *Internalisasi Nilai Kesantunan dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Untuk Membentuk Karakter Religius Siswa Di Sekolah: Studi pada SMA Negeri 1 Pamanukan Subang*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ropei & Sururie. (2021). Dinamika Penjatuhan Talak Melalui Whatsapp dalam Paradigma Pembaharuan Hukum Keluarga Islam. *AL-HUKAMA: The Indonesian Journal of Islamic Family Law.*, 11(1), 160–184.
- Ropei, A. (2020). Formulasi Hukum Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kerangka Maqoshid As-Syari'ah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah.*, 4(2), 165–179.
- Ropei, A. (2021). Kaidah Niat Dan Penentuan Kesengajaan Pembunuhan Dalam Hukum Islam. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 9(1), 55–80.
- Ropei, A. (2022). Rethinking the Minimum Age of Marriage Law in Indonesia: Insights from Muḥammad 'Ābid al-Jābirī's Epistemology. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 56(2), 245–264.
- Ropei et al. (2023). Managing 'Baligh' In Four Muslim Countries: Egypt, Tunisia, Pakistan, and Indonesia on the Minimum Age for Marriage. *Al-Ahwal: Jurnal Hukum Keluarga Islam.*, 16(1), 112–140.
- Rukmanda, M. R. (2020). Konsep Rahn Dan Implementasinya Di Indonesia. *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 1–14.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Surya, C. M. (2023). Upaya Meningkatkan Kreativitas Anak Melalui Kegiatan Bermain Finger Painting. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 9–14.
- Tanjung, R. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Menulis Jurnal Ilmiah. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 1(1), 42–52.
- Tarlam et al. (2023). Strategi Rasulullah Dalam Pendidikan Perspektif Tafsir Tarbawi. *Al-Mau'izhoh.*, 5(1), 226–241.
- Ulfah, U. (2023). Analisis Teori Taksonomi Bloom Pada Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 4(1), 13–22.
- Utami & Parid. (2021). The Role of Pai Teachers in Building Children's Religious Attitudes In the Industrial Revolution 4.0. *Belajea: Jurnal Pendidikan Islam.*, 6(1), 55–72.
- Zulfa, F. (2021). Development Of Strategic Issues Of Islamic Religious College. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(3), 28–41.