

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Karyawan Terhadap Etika Pemasaran Islam (Studi Kasus Karyawan Bank Muamalat KCP Baturaja)

Muhamad Ongky Wijaya

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Hilda

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

M. Junestrada Diem

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Alamat: Jalan Pangeran Ratu (Jakabaring), Telp. 0711-354668, Palembang 30267

Korespondensi penulis: Muhamadongkiwijaya05@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to determine the effect of Islamic Business Ethics and the Understanding Level of Employee on Islamic Marketing Ethics (Case Study of Employees of Bank MuamalatBaturaja Sub-Branch Office).This study uses primary data with a quantitative approach. The population in this study amounted to 11employees of Bank Muamalat Baturaja BranchOffice. Sampling in this study used a saturated sampling formula, so that 11employees were sampled in this study. The analytical method used in this research is validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and hypothesis testing using IBM SPSS 25 statistical analysis.The results of this study indicate that Islamic Business Ethics has a significant positive effect on Islamic Marketing Ethics and the understanding level of employees has no effect on Islamic Marketing Ethics while work discipline has a significant positive effect on Islamic Marketing Ethics, between Islamic Business Ethics and the Level of Understanding of Employees, the Level of Understanding of Employees is the most dominantly influence on the application of Islamic Marketing Ethics at Bank Muamalat Branch Office of Baturaja is Islamic Business Ethics.*

Keywords: *Islamic Marketing Ethics, Islamic Business Ethics, Understanding Level of Employees*

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruhn Etika BisnisIslam dan Tingkat Pemahaman Karyawan Terhadap Etika Pemasaran Islam (Studi Kasus Karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Baturaja) Penelitian ini menggunakan data primerdengan pendekatan kuantitatif. Populasidalam penelitian ini berjumlah 11 karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Baturaja. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus sampling jenuh, sehingga diperoleh 11 karyawan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas, reabilitas, pengujian asumsi klasik, dan pegujianhipotesis dengan menggunakan analisis statistik IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa EtikaBisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap Etika Pemasaran Islam dan Tingkat Pemahaman Karyawan tidak berpengaruh terhadap Etika Pemasaran Islam, sedangkan disiplin kerja berpengaruh positif signifikan terhadap Etika Pemasaran Islam, diantara Etika Bisnis Islam dan Tingkat Pemahaman Karyawan yang paling dominan berpengaruh terhadap diterapkannya Etika Pemasaran Islam di Bank MuamalatKantor Cabang Pembantu Baturaja Adalah Etika Bisnis Islam

Kata kunci : Etika Pemasaran Islam , Etika Bisnis Islam , TingkatPemahaman Karyawan

LATAR BELAKANG

Ekonomi dibedakan menjadi dua macam diantaranya ekonomi konvensional dan ekonomi islam. Menurut Richard G Lipsey ilmu ekonomi Cabang ilmu yang mempelajari upaya pemenuhan kebutuhan penduduk yang fluktuatif dengan sumber daya yang terbatas dan terbatas. Pengertian Ekonomi dalam Pemikiran Islam Sedangkan Yusuf Al Qaradawi menekankan pentingnya ekonomi Islam (ekonomi Saria) dalam bukunya *Concept of Economics*. Perekonomian sendiri tidak dapat dipisahkan dari perusahaan, karena perusahaan merupakan bagian dari perekonomian¹

Indonesia dikenal mempunyai masyarakat mayoritas Muslim terbesar di dunia, maka dari itu sudah seharusnya tumbuh kembang bisnis khususnya bisnis perbankan yang memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang cukup pesat harus di imbangi juga dengan pengetahuan tentang bagaimana berbisnis dalam kaidah dan aturan islam.

Ada perbedaan besar antara bank konvensional dan bank syariah. Perbedaan-perbedaan ini mencerminkan karakteristik hukum, kelembagaan, biaya risiko, dan karakteristik lingkungan bisnis. Perbedaan lainnya di antara keduanya terletak pada prinsip yang diterapkan. Bank konvensional menggunakan prinsip maksimalisasi keuntungan dalam operasionalnya sedangkan bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil untuk menghasilkan keuntungan. Bank syariah mempunyai dewan pengawas syariah, sedangkan bank konvensional tidak²

Penerapan etika bisnis islam yang terjadi di Bank Muamalat Kcp Baturaja telah sesuai dengan syariat agama islam, yang bisa dilihat dari para pekerja yang memiliki akidah atau iman kepada allah yang ditunjukkan dengan mengawali arahan atau apel pagi dengan membaca asmaul husna dan doa bersama serta melaksanakan sholat wajib berjamaah. Para pekerja khususnya teller bank muamalat juga menerapkan sifat shiddiq atau benar dibuktikan dengan siap bertanggung jawab atas apa yang disampaikan atau diinformasikan teller kepada nasabah. Namun ada etika karyawan yang kurang seperti tidak menyapa dan lupa mengucapkan salam kepada nasabah, nasabah sudah datang antri tetapi ada beberapa karyawan yang belum ada ditempat sehingga nasabah menunggu lama serta kurangnya respon dari karyawan terhadap nasabah yang kesulitan mengenai informasi yang dibutuhkan dikarenakan banyak nasabah yang datang di Bank Muamalat KCP Baturaja

¹ Yusuf Al Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997)

² Mukti, T. W., & Suprayogi, N. (2019). Apakah Bank Syariah Berbeda Dengan Bank Konvensional?(Kajian Fenomenologi). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(6), 1137- 1152.

Pentingnya kompetensi syariah yang di miliki seorang bankir bertujuan agar tersampainya informasi yang berhubungan dengan perbankan syariah tersampaikan dengan baik. Perbankan yang berbasis syariah, akan tetapi berasal dari semua bidang ilmu dan latar belakang pendidikan umum yang tidak berbasis syariah. Minimnya kompetensi dan pemahaman karyawan tentang hal yang berbasis syariah ini dapat membuat berkurangnya reputasi bank tempat dia bekerja, pada dasarnya para pekerja tau apa itu bank syariah akan tetapi perlunya pengetahuan, adab dan etika dalam berbisnis syariah, memahami hal yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam etika bisnis, paham bagaimana cara mempromosi dan memasarkan suatu produk sesuai dengan konsep islam dan yang dicontohkan Rasulullah SAW, jika hal ini dilakukan dan diterapkan maka reputasi bank akan menjadi tinggi dan tentunya akan menjadikan bank syariah terus berkembang dan dikenal oleh masyarakat

Etika pemasaran islam juga diterapkan di bank Muamalat kcp Baturaja yang dapat dibuktikan dengan sikap adil yang diterapkan karyawan kepada nasabah dibuktikan dengan pemberian nomor antrian. Selain itu penerapan sifat jujur dalam kegiatan muamalah atau memasarkan produk jasa yang ditawarkan bank terhadap nasabah dengan menjelaskan kelebihan dan kekurangan suatu produk jasa agar didapatkannya kepercayaan nasabah terhadap bank

KAJIAN TEORITIS

Pemahaman adalah pengenalan dan pengembangan kata-kata kompleks dalam bentuk manusia. Ini juga mencakup kemampuan menjelaskan ide atau melihat hasil atau penjelasan. Coba tebak apakah itu berhasil atau tidak. Pemahaman adalah tindakan mencoba memahami makna atau konsep, situasi, dan objek yang sudah dikenal. Di masa ini, subjek tidak hanya mengingat kata-katanya, tetapi juga memahami konsep atau realita permasalahannya.³

Konsep menurut Badan Standar Nasional Pendidikan (BSNP) adalah sebagai berikut:

1. Definisikan konsep baru
2. Menyesuaikan konsep.
3. Berikan contoh, bukan penjelasan.
4. Ekspresikan pemikiran Anda dalam angka.
5. apakah perlu atau cukup untuk memahaminya?
6. Aktifkan, gunakan dan pilih fitur atau fungsi.

³ Purwanto. (2010). Evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

7. Gunakan logika atau algoritma untuk menyelesaikan masalah.⁴

Faktor yang mempengaruhi Tingkat Pemahaman

1. Usia
2. Jenis Kelamin
3. Pendidikan
4. Pekerjaan

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.⁵ Selain itu etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja⁶

Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Akidah (Ketuhanan)
2. Siddiq (Benar / Jujur)
3. Amanah (Dapat Dipercaya)
4. Fathanah (Cerdas)
5. Tabligh (Menyampaikan)

Etika bisnis Islam bisa digambarkan dengan beberapa indikator dibawah ini

1. Tauhid (Unity)
2. Keseimbangan (Equilibrium)
3. Kebebasan (Free Will)
4. Tanggung Jawab (Responsibility)

Menurut Syed Ali Hussnain, Pemasaran Islami menggunakan panduan Al-Qur'an dan Sunnah untuk mengidentifikasi dan menyoroti nilai strategis demi kebaikan perusahaan dan masyarakat. Selain itu menurut Abul Hassan, Etika pemasaran islam mengombinasikan prinsip memaksimalkan nilai keuntungan terhadap prinsip pemerataan dengan keadilan untuk kepentingan seluruh masyarakat secara luas.⁷ Sedangkan Mirza

⁴ Badan Standar Nasional Pendidikan (BSNP). (2006). Model Penilaian Kelas, Jakarta:Depdiknas, hal.59.

⁵ Buchari Alma, Ajaran Islam Dalam Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 1994), h. 70

⁶ Faisal Badroen, et al, Etika Bisnis dalam Islam. (Jakarta: Kencana

⁷ Abul Hassan, Abdelkader Chachi & Salma Abdul Latiff, Islamic Marketing Ethics and its Impact on Customer Satisfaction in The Islamic Banking Industry (J.KAU, Islamic Econ., 2008, Vol. 21, No.1), 27

Hassan Hosseini dan Fatemeh Aidi berpendapat pemasaran Islam ekspansi prinsip pemasaran yang berdasarkan etika dan dalil hukum agama.⁸

Jadi, dapat ditarik kesimpulan Etika Pemasaran Islam ialah bisnis yang meliputi semua kegiatan di perusahaan, yaitu segala proses, persediaan, penciptaan, dan pertukaran nilai dari produsen, atau perorangan, bahkan satu perusahaan, yang berdasarkan syariat islam⁹

Indikator dalam etika pemasaran islam :

1. Teistis (Rabbaniyah)
2. Etis (Akhlaqiyah)
3. Humanistis (Al-Insaniyyah)

Penelitian Terdahulu

Yupita sari (2019) menyatakan bahwa Tingkat Pemahaman Pedagang Sembako Terhadap Koperasi Syariah terbagi menjadi 3 kategori tingkat pemahaman yaitu Paham, Tidak Cukup Paham, dan Tidak Paham dan penelitian yang dilakukan oleh Nur Manna Silviah (2022) menyatakan bahwa Penerapan etika bisnis Islam menunjukkan pengaruh yang baik, dan berpengaruh positif dalam meningkatkan UMKM

Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Hipotesis X Terhadap Y

Ho: Tingkat pemahaman etika bisnis islam berpengaruh terhadap Etika Pemasaran Islam

H1: Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap Etika Pemasaran Islam

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan

⁸ Mirza Hassan Hosseini & Fatemeh Aidi, Developing an Islamic Principles-Based Marketing Framework (Journal of Basic and Applied Scientific Research 3(3), 2013), 189.

⁹ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, Ekonomi Mikro Islam, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 201.

menggunakan angka- angka.¹⁰ Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang hanya menggambarkan isi suatu variabel dalam penelitian, tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu.¹¹

Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bank Muamalat kantor cabang pembantu Baturaja dilaksanakan pada tanggal 1 Maret 2023

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan bank Muamalat KCP Baturaja yaitu berjumlah 11 karyawan. Sampel penelitian diambil memakai teknik pengambilan sampel dari *non probability sampling* yaitu dengan menggunakan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah penentuan sampel jika seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel.¹² Dalam penelitian menggunakan sampel yang berjumlah 11 sampel

Tehnik dan sumber data penelitian

Sumber data penelitian ini adalah data hasil kuisisioner yang dibagikan kepada karyawan bank Muamalat kcp Baturaja

Variabel Penelitian

1. Variabel Independent

Variabel *Independent* dalam penelitian ini adalah, Penerapan Etika Bisnis Islam (X1), Tingkat Pemahaman Karyawan (X2)

2. Variabel Dependent

Variabel *Dependent* dalam penelitian ini adalah Etika Pemasaran Syariah (Y)

Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan tingkat keakuratan antara informasi yang diberikan dalam kerangka dan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Suatu permintaan valid jika pernyataan atau pertanyaan tersebut memberikan

¹⁰ Listiani, N. M. (2017). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Produktif Pemasaran Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Tuban. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 263.

¹¹ Marlina, E. (2020). Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning Berbantuan Aplikasi Sevima Edlink. *Jurnal Padagogik*, 3(2), 104–110.

¹² Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*, (Yogyakarta idea press, 2017), hlm 120

informasi tentang ruang lingkup permintaan. Hubungan tersebut dapat diukur dalam derajat kebebasan ($df = n - 2$). Panduan berikut dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu item memiliki ukuran yang benar sebagai berikut.

1. Jika $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan nilai 0,05 maka variabel tersebut Valid.
2. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak Valid¹³

2. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan suatu variabel yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner¹⁴. Uji Reliabilitas diukur dengan koefisien alpha cronbach's dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai alpha cronbach's $> 0,60$.¹⁵

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

¹³ Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

¹⁴ Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

¹⁵ Ibid

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Etika Bisnis Islam(X1)

Pernyataan	PearsonCor relation(r-hitung)	r-tabel	Keterangan
X1.1	.799	0.602	Valid
X1.2	.708	0.602	Valid
X1.3	.708	0.602	Valid
X1.4	.711	0.602	Valid
X1.5	.831	0.602	Valid
X1.6	.859	0.602	Valid
X1.7	.799	0.602	Valid
X1.8	.799	0.602	Valid
X1.9	.831	0.602	Valid
X1.10	.645	0.602	Valid
X1.11	.846	0.602	Valid
X1.12	.846	0.602	Valid

Sumber: Output SPSS 25, 2023.

Hasil uji tabel diatas didapat $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa variabel Etika Bisnis Islam (X1) dinyatakan valid

Hasil Uji Validitas Variabel Etika Pemasaran Islam (X2)

Pernyataan	<u>PearsonCorrelation</u> <u>(r-hitung)</u>	r-tabel	Keterangan
X2.1	.970	0.602	Valid
X2.2	.970	0.602	Valid
X2.3	.638	0.602	Valid
X2.4	.817	0.602	Valid
X2.5	.906	0.602	Valid
X2.6	.799	0.602	Valid
X2.7	.970	0.602	Valid
X2.8	.799	0.602	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2023.

Hasil uji tabel diatas didapat $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman karyawan (X2) dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Etika Pemasaran Islam (Y)

Pernyataan	Pearson Correlation(r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Y1.1	.649	0.602	Valid
Y1.2	.662	0.602	Valid
Y1.3	.769	0.602	Valid
Y1.4	.651	0.602	Valid
Y1.5	.856	0.602	Valid
Y1.6	.817	0.602	Valid
Y1.7	.733	0.602	Valid
Y1.8	.856	0.602	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2023.

Hasil tabel diatas didapat $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan variabel Etika Pemasaran Islam (Y) dinyatakan valid

Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X1)	.921	0.60	Reliabel
Tingkat Pemahaman Karyawan (X2)	.949	0.60	Reliabel
Etika Pemasaran Islam (Y)	.880	0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023.

Berdasarkan pada tabel diketahui bahwa dari masing- masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60 . Hal ini menjelaskan bahwasemua variabel EtikaBisnis Islam (X1), Tingkat Pemahaman Karyawan (X2), Etika Pemasaran Islam (Y) di nyatakan reliabel

Pengaruh Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam Karyawan Terhadap Etika Pemasaran Islam

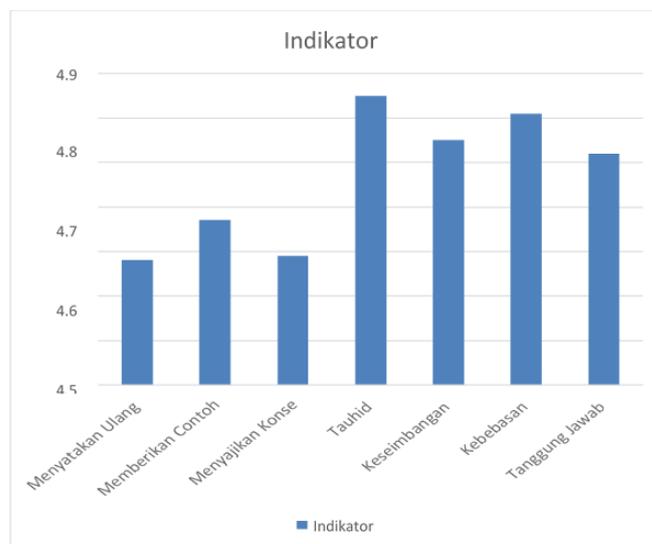
Tabel Indikator Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam Karyawan Terhadap Etika PemasaranIslam

No	Indikator	Rata-rata angka indeks
1	Menyatakan Ulang	4,48
2	Memberikan Contoh	4,57
3	Menyajikan Konsep	4,49
4	Tauhid	4,85
5	Keseimbangan	4,75
6	Kebebasan	4,81
7	Tanggung Jawab	4,72
	Rata -rata	4,66

Berdasarkan tabel diatas diatas diketahui rata-rata angka indeks indikator menyatakan ulang sebesar 4,48, indikator memberikan contoh sebesar 4,57, indikator menyajikan konsep sebesar 4,49, Indikator tauhid sebesar 4,85, Indikator Keseimbangan sebesar 4,75, Indikator kebebasan sebesar 4,75, Indikator tanggungjawab sebesar 4,72 dan memiliki rata-rata sebesar 4,66 yang berarti sangat baik dan berdasarkan hasil ini maka dapat di simpulkan bahwa tingkat pemahaman etika bisnis islam karyawan berpengaruh terhadap etika pemasaran islam

Diagram

Indikator Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam Karyawan



KESIMPULAN

Mengacu pada rumusan masalah, hipotesis serta hasil penelitian sebagaimana telah dilakukan dengan demikian didapat kesimpulan bahwa:

Tingkat Pemahaman Etika Bisnis Islam karyawan berpengaruh terhadap Etika Pemasaran Islam hal ini didapat dari rata-rata indeks indikator tingkat pemahaman etika bisnis islam karyawan sebesar 4,67 yang memiliki kategori sangat baik dapat tingkat pemahaman etika bisnis islam karyawan berpengaruh terhadap etika pemasaran islam

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. *Ajaran Islam Dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1994.
Badan Standar Nasional Pendidikan BSNP. 2006. *Model Penilaian Kelas*. Jakarta: Depdiknas.
Badroen, Faisal et al. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.

- E, Marlina. (2020). Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning Berbantuan Aplikasi Sevima Edlink. *Jurnal Padagogik*, 3(2), 104–110.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hassan, Abul. Chachi, Abdelkader. & Latiff, Salma. Abdul. Islamic Marketing Ethics and its Impact on Customer Satisfaction in The Islamic Banking Industry J.KAU. *Islamic Econ*. 2008, Vol. 21, No.1.
- Hosseini, Mirza. Hassan. & Aidi, Fatemeh. Developing an Islamic Principles- Based Marketing Framework. *Journal of Basic and Applied Scientific Research* 3. 3. 2013.
- M, Listiani, N. (2017). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Produktif Pemasaran Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Tuban. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 263.
- Muhajirin dan Panorama, Maya. *Pendekatan Praktis metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta idea press, 2017.
- Purwanto. 2010. *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Qaradhawi, Yusuf Al. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- W, Mukti, T. & N. Suprayogi, (2019). Apakah Bank Syariah Berbeda Dengan Bank Konvensional. Kajian Fenomenologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*.
- Wibowo, Sukarno. dan Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung. Pustaka Setia. 2013.