

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KPR SYARIAH DI BRI SYARIAH CABANG BSD CITY

Oleh: Wiwik Hasbiyah AN, Khotimatus Sadiyah,
Zaldy Suhatman

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

doseno0968@unpam.ac.id,

doseno2232@unpam.ac.id,

zaldy@unpam.ac.id

Abstrak

Pada Persaingan dunia bisnis saat ini sangat berkembang pesat untuk sarana promosi dalam analisis strategi pemasaran syariah produk KPR syariah pada Bank BRI Syariah KCP BSD, yang menyatakan bahwa sarana promosi pada strategi pemasaran syariah merupakan sarana promosi yang sering dipergunakan dalam mempromosikan produk KPR syariah pada bank BRI syariah. Karena pada manajemen baru BRI syariah fokus dan serius untuk memperbaiki kualitas pembiayaan dan akad pada bank syariah. Hasilnya kualitas pembiayaan mengalami perbaikan seiring dengan dilakukannya berbagai langkah dan upaya terkait, baik yang bersifat preventif melalui monitoring pembiayaan yang efektif dan proses underwriting yang lebih prudent hingga pengelolaan pembiayaan bermasalah yang tepat termasuk percepatan dalam mencapai recovery.

Strategi Pemasaran untuk akad dan perjanjian dalam Produk KPR Syariah di BRI syariah BSD yaitu dengan menggunakan beberapa akad sebagai berikut: Murabahah, Ijarah Muntahiyah bit At Tamlik/IMBT (Sewa Beli), Musyarakah Muttanaqishah/MMQ (berdasarkan proposal kepemilikan modal pada aset).

Melalui kecanggihan teknologi yang di gunakan dalam marketing dapat perusahaan sebagai berikut: Pemasaran KPR BRIS dengan Teknologi melalui Website BRI Syariah: www.brisyariah.co.id, kemudian sosial BRISyariah : IG, FB, Twitter dan WAG. Selanjtnya Proses Pembukaan Rekening melalui eform dan mobile banking BerSyariah yaitu BRISyariah Online.

Untuk strategi pemasarannya yaitu: Kerjasama dengan para developer, Open table pada suatu event, Penawaran pada perusahaan atau instansi yang menggunakan Bank BRI Syariah Untuk Pembayaran gaji (Payroll).

Untuk menghadapi persaingan terhadap bank-bank syariah dalam memasarkan produk-produk KPR Syariah di BRI Syariah cabang BSD sebagai berikut: Strateginya: Melalui Proses cepat, Sering mengadakan promo margin, Marketing yang komunakatif dan *fast response* , Tidak ada biaya administrasi untuk pembiayaan kepemilikan rumah baru/Second (Khusus untuk akad Murabahah), Akad pembiayaan yang variatif sehingga lebih fleksible dalam memenuhi semua kebutuhan nasabah.

Untuk menghadapi tantangan dan kendala yang di alami oleh BRI Syariah dalam memasarkan produk KPR Syariah Di BSD yaitu : terkadang saat bank lain berani promo dengan margin yang jauh dibawah margin BRI Syariah, Untuk developer yang bekerjasama dengan beberapa bank di luar BRI Syariah terkadang menwarakan 1 nasabah yang sama untuk proses oleh beberapa bank. Nah nasabah pasti akan memilih angsuran yang lebih cepat. Persyaratan DP KPR Syariah yang dimana beberapa calon nasabah tidak mampu memenuhi, lalu upaya BRI syariah dalam mengatasi kendala dan tantangan tersebut Sebagai berikut: Marketing aktif melakukan pendekatan ke developer agar merekomendasikan BRI syariah kapan calon konsumen developer tersebut ke BRI Syariah, Menyediakan program *fee* marketing yang dikhususkan untuk para marketing perumahan apabila mampu merekomendasikan konsumen yang berkualitas untuk KPR di BRI Syariah BSD.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Syariah, KPRSyariah, Akad, Bank Syariah

SHARIA MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF KPR BRI BRANCH SYARIAH BSD

Abstract

The competition in the business world is currently very rapidly developing for promotion tools in the analysis of sharia marketing strategies Sharia KPR products at the BRISyariah KCP BSD Bank, which states that the promotion tools on sharia marketing strategies are promotional tools that are often used in promoting Sharia KPR products at Sharia BRI banks . Because of the new BRI Management Sharia focused and serious to improve the quality of financing and Akad Akad in Islamic banks. As a result, the quality of financing has improved along with various related steps and efforts, both preventive through effective financing monitoring and a more prudent underwriting process to the proper management of problem financing, including acceleration in achieving recovery. Marketing Strategy For contracts and agreements in Sharia KPR Products at BRI Syariah BSD Namely By using a number of contracts as follows Murabaha, Ijarah Muntahiyah bit At Tamlik / IMBT (Lease Purchase), Musyarakah Muttanaqishah / MMQ (Based on the Capital Ownership Proposal on Assets)

Through the technological sophistication used in marketing the company can be as follows: If BRIS KPR Marketing Through Technology Through BRI Syariah Website: www.brisyariah.co.id then social BRISyariah: IG, FB, Twitter and WAG. The Continuing Account Opening Process through Sharia eform and mobile banking is BRISyariah Online.

And for its marketing strategy, namely: Cooperation with developers, Open table at an event, Bidding on companies or agencies that use BRI Syariah Bank

for Payroll Payments.

To Face Competition Against Banks Sharia Banks in marketing Sharia KPR Products in BRI Syariah BSD Branch The following strategies are: Through a Fast Process, Often Organizing Margin Promotions, Comprehensive Marketing and Fast Response, There Are No Administrative Costs for Financing New / Second Home Ownership (Especially for Murabahah), Variative Financing Agreements So That It Is More Flexible In Meeting All Customers' Needs. To Face the Challenges and Obstacles Experienced by BRISyariah in Marketing KPRSyariah products in BSD, namely: Sometimes when other banks dare to promo with margins that are far below the BRISyariah margin, for developers who work with several banks outside BRI Syariah, sometimes they charge the same customer for a process by several banks. Now the customer will definitely choose a faster installment. DP KPRSyariah requirements which some prospective customers are unable to fulfill. Then BRI Syariah's Efforts in Overcoming the Constraints and Challenges are as follows: Active Marketing Approaches Developers to Recommend BRISyariah When Prospective Consumer Developers are to BRISyariah, Providing a Fee Marketing Program specifically for housing marketing if it is able to recommend qualified customers for mortgages in BRI Syariah BSD.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, KPRSyariah, Akad, Syariah Bank

PENDAHULUAN

Rumah merupakan kebutuhan pokok manusia, sebagaimana halnya makanan dan pakaian. Maka tidak heran apabila permintaan masyarakat akan rumah tiap tahun terus bertambah. Salah satu permasalahan utama yang masih dihadapi oleh masyarakat di Indonesia adalah mengenai ketersediaan rumah, yaitu kesenjangan antara jumlah rumah yang terbangun dengan jumlah rumah yang dibutuhkan oleh masyarakat. Upaya untuk menurunkan kesenjangan tersebut telah menjadi salah satu dari sembilan agenda utama Pemerintah yang termuat dalam Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015¹ tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015- 2019. Presiden telah mencanangkan "Program Nasional Satu Juta Rumah untuk Rakyat" pada tanggal 29 April 2015 dengan target satu juta unit rumah terbangun setiap tahunnya.

Namun harga rumah yang terus membumbung menyebabkan jarang orang yang mampu membeli rumah secara tunai. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh banyak lembaga pembiayaan dan perbankan untuk menawarkan produk konsumtif yang banyak dikenal dengan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). Berbagai fasilitas kemudahan mulai dari proses pengajuan, keringanan biaya administrasi, rendahnya tingkat suku bunga dan sebagainya pun ditawarkan sebagai daya tarik. Sayangnya, suku bunga bank konvensional

¹ Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015

yang fluktuatif dan tidak pasti terkadang membuat orang merasa ragu untuk mengambil kredit kepemilikan rumah dari perbankan.

Sebagian mereka merasa khawatir jikalau di tengah masa kredit suku bunga tiba-tiba naik dan menyebabkan mereka tidak mampu lagi membayar sisa angsurannya. Kekhawatiran seperti itu seharusnya tidak perlu terjadi jika memanfaatkan fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah dari bank syariah (Oleh KPR iB).

Secara umum, berdirinya lembaga keuangan syariah akhir-akhir ini beroperasi pada 3 bidang, yakni penyaluran dana, penghimpun dana dan jasa perbankan. Selain tabungan, produk yang kini diminati masyarakat adalah kredit kepemilikan rumah (KPR) syariah. Kelebihan KPR syariah dibandingkan KPR konvensional diantaranya adalah, masyarakat yang mengambil kredit merasa lebih tenang, sebab pembiayaan KPR Syariah merupakan varian pembiayaan Murabahah dalam bidang penyaluran dana, sehingga cicilan KPR syariah tetap, tanpa terpengaruh tingkat suku bunga². Saat ini Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah mulai banyak dilirik konsumen. Sebab, KPR syariah dinilai memiliki kelebihan lain dibanding dengan KPR konvensional.

Persaingan dunia Bisnis saat ini berkembang sangatlah pesat, Perusahaan- perusahaan dituntut untuk menempuh langkah langkah strategis agar mampu bersaing pada kondisi apapun. Selain tuntutan akan kemampuan bersaing, Perusahaan juga dituntut untuk memiliki keunggulan yang dapat membedakan yang satu dengan yang lain. Kemajuan teknologi informasi menjadi sarana persaingan yang sangat kompetitif bagi perusahaan. Keuntungan kompetitif sangat diperlukan agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis dalam jangka panjang.

Perkembangan dunia bisnis Bank syariah terutama dalam investasi syariah berupa KPR dari tahun ke tahun mengalami perkembangan sangatlah pesat dan semakin kompetitif yang menyebabkan perubahan besar dalam persaingan Bagaimana mengelola sumber daya manusia dan menangani transaksi antara perusahaan dan konsumen, serta perusahaan dengan perusahaan yang lainnya, Sehingga perusahaan tersebut mampu memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan produk produk yang bermutu.

Pada promosi dalam Analisis Strategi pemasaran syariah produk KPR syariah pada Bank BRISyariah KCP BSD, yang menyatakan bahwa promosi pada strategi pemasaran syariah merupakan sarana promosi yang sering dipergunakan mempromosikan produk KPR Syariah pada bank BRI syariah. Karena Pada Manajemen baru BRISyariah fokus dan serius untuk memperbaiki kualitas pembiayaan.dan Akad Akad pada Bank syariah. Hasilnya kualitas

² Peter, Perbandingan Perhitungan Angsuran KPR Konvensional Dengan KPR Syariah (Jurnal Manajemen, Vol 7. No.2, Mei 2008), h.3

pembiayaan mengalami perbaikan seiring dengan dilakukannya berbagai langkah dan upaya terkait, baik yang bersifat preventif melalui monitoring pembiayaan yang efektif dan proses underwriting yang lebih prudent hingga pengelolaan pembiayaan bermasalah yang tepat termasuk percepatan dalam mencapai recovery. menyimpang dari etika promosi syariah seperti tidak mudah mengobral sumpah dalam beriklan, jujur terbuka dan tidak menyembunyikan cacat barang dagangan, menghindari berpromosi palsu dan berusaha menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan diantara dua belah pihak dari penjual dan pembeli.(Oleh BRI Syariah iB KPR).

PEMBAHASAN

1. Bank Syariah

A. Pengertian Bank Syariah – Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Berdasarkan Undang-undang No.10 tahun 1998³. Bank Syariah adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya adalah efesiensi, keadilan, dan kebersamaan. Efisiensi mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan sebesar mungkin

B. Tujuan dan Fungsi Bank syariah- Tujuan bank syariah adalah bank yang aktivitasnya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Peran dan fungsi bank syariah, di antaranya sebagai berikut:⁴

- a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (mudharabah), dan giro (wadiah), serta menyalurkannya kepada sektor rill yang membutuhkan.
- b. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah.
- c. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam.

Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonom

³ Undang-Undang Perbankan"UU No.10.th1998"Sinar Grafika Jakarta.1999:9.

⁴ Imamul Arifin,Membuka Cakrawala Ekonomi,(Jakarta:Setia Purna Inves 2007),h. 14

Muslim telah mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan membangun model teori ekonomi yang bebas dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan bank syariah didirikan⁵. Tujuan perbankan syariah didirikan dikarenakan pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan (QS. Al-Baqarah 2 : 275)⁶. Dalam sistem bunga, bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha kecuali bila ada jaminan kepastian pengembalian modal dan pendapatan bunga⁷.

Berbicara mengenai fungsi bank syariah, Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. Sebagai berikut :

1. Fungsi Bank Syariah untuk Menghimpun Dana Masyarakat
2. Fungsi Bank Syariah sebagai Penyalur Dana Kepada Masyarakat
3. Fungsi Bank Syariah memberikan Pelayanan Jasa Bank

2. Adapun Untuk akad dan perjanjian dalam Produk KPR Syariah di BRI Syariah cabang BSD Adalah :

- 1) Murabahah
- 2) Ijarah Muntahiyah bit At Tamlik/IMBT (Sewa Beli)
- 3) Musyarakah Muttanaqishah/MMQ (Berdasarkan Proposal Kepemilikan Modal pada Aset).

1) Murabahah (Jual Beli)

Menurut Muhammad Ibn Ahmad Ibnu Muhammad Ibnu Rusyd bahwa pengertian murabahah yaitu: Bahwa pada dasarnya murabahah tersebut adalah jual beli dengan kesepakatan pemberian keuntungan bagi si penjual dengan memperhatikan dan memperhitungkannya dari modal awal si penjual.⁸

Dasar hukum Murabahah:

Firman Allah SWT dalam Al Qur'an:⁹

⁵ Gemala Dewi, Aspek-aspek dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2007),53.

⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemah (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quraan), h. 47.

⁷ Zaenul Arifin, Dasar-dasar manajemen Bank syariah 2002: 39-40

⁸ Muhammad Ibn Ahmad Ibnu Muhammad Ibnu Rusyd (Beirut: Bidayatul Mujtahid Wa Nihayatul Muqtashid Darul Qalam, 1988), h. 216

⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemah (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quraan), h. 47.

Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (Al-Baqarah: 275)

Hadist:

"Dari Shuhaib ra: *bahwa Rosulullah SAW bersabda tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkahan yaitu (1) menjual secara kredit, (2) Muqaradhah, dan (3) mencampurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah bukan umum untuk dijual*". H.R Ibnu Majah.

Hadis Nabi riwayat `Abd al-Raziq dari Zaid bin Aslam:

"Rasulullah SAW. ditanya tentang 'urban (uang muka) dalam jual beli, maka beliau menghalalkannya."

Kaidah fiqh:

"Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."

Dalam bank konvensional, riba ditemui ketika nasabah meminjam uang untuk membeli rumah. Sedangkan pada bank syariah tidak meminjamkan uang tetapi menjual rumah tersebut kepada nasabah. Akad yang dipakai adalah jual dan beli. Kredit kepemilikan rumah haruslah terhindar dari praktek maisir (perjudian), Gharar (ketidakjelasan), riba (tambahan), dan batil (ketidakadilan). Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan. Nasabah kemudian membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah¹⁰.

Yaitu: Istilah dalam fikih yaitu berarti bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang meliputi harga barang dan biaya biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (Margin) yang diinginkan dalam arti lain, Murabahah adalah akad jual beli atas suatu barang, dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperolehnya¹¹.

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk lumpsum atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara spot (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, *murabahah* tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*deferred payment*), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui *murabahah* hanya dalam hubungannya dengan transaksi

¹⁰ A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, h. 78.

¹¹ Veitzal Riva'I dan Andria Permata Veitzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 145

pembiayaan di perbankan syariah, tetapi tidak memahami Fiqih Islam.

Bentuk-bentuk akad *murabahah* antara lain:

- i. **Murabahah Sederhana** *Murabahah* sederhana adalah bentuk akad *murabahah* ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah marjin keuntungan yang diinginkan.
- ii **Murabahah kepada Pemesan** Bentuk *murabahah* ini melibatkan tiga pihak, yaitu pemesan, pembeli dan penjual. Bentuk *murabahah* ini juga melibatkan pembeli sebagai perantara karena keahliannya atau karena kebutuhan pemesan akan pembiayaan. Bentuk *murabahah* inilah yang diterapkan perbankan syariah dalam pembiayaan¹².

2) Ijarah

Menurut bahasa *ijarah* adalah (menjual mafaat). Sedangkan menurut istilah syarak menurut pendapat ulama Hanafiyah: *Ijarah* adalah akad atas suatu kemanfaatan dengan pengganti¹³. Transaksi nonbagi hasil selain yang berpola jual beli adalah transaksi berpola sewa atau *ijarah*. *Ijarah*, biasa juga disebut sewa, jasa, atau imbalan, adalah akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa. *Ijarah* adalah istilah dalam Fiqih Islam dan berarti memberikan sesuatu untuk disewakan. Menurut *Sayyid Sabiq*, *ijarah* adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian. Jadi, hakekatnya *ijarah* adalah penjualan manfaat.

Ada dua jenis *ijarah* dalam hukum Islam, yaitu:

- 1) *Ijarah* yang berhubungan dengan sewa jasa, yaitu mempekerjakan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Pihak yang mempekerjakan disebut *musta'jir*, pihak pekerja disebut *ajir*, upah yang dibayarkan disebut *ujrah*.
- 2) *Ijarah* yang berhubungan dengan sewa aset atau properti, yaitu memindahkan hak untuk memakai dari aset atau properti tertentu kepada orang lain dengan imbalan biaya sewa. Bentuk *ijarah* ini mirip dengan *leasing* (sewa) di bisnis konvensional. Pihak yang menyewa (*lessee*) disebut *musta'jir*, pihak yang menyewakan (*lessor*) disebut *mu'jir/muaajir*, sedangkan biaya sewa disebut *ujrah*. *Ijarah* bentuk pertama banyak diterapkan dalam pelayanan jasa perbankan syariah. Sementara itu, *ijarah* bentuk kedua biasa dipakai sebagai bentuk investasi atau pembiayaan di perbankan syariah.

Ijarah menurut bahasa adalah (menjual mafaat). Sedangkan menurut istilah syarak menurut pendapat ulama Hanafiyah: *Ijarah* adalah akad atas suatu kemanfaatan dengan pengganti¹⁴.

¹² Wiwik Hasbiyah, Purnama Putra. *Ekonomi Syariah; h.169-173. Bekasi Akademika Pressindo, 2017*

¹³ Alaudin Al-Kasani, *Badai'ash-Shanai'fi Tartib Asy-Syara'i*, IV: 174

¹⁴ Alaudin Al-Kasani, *Badai'ash-Shanai'fi Tartib Asy-Syara'i*, IV: 174

Ijarah wa Iqtina atau *Ijarah muntahiya bittamlik* (IMBT) adalah transaksi sewa beli dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan obyek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan obyek sewa.

1. *Ijarah*

Sewa atau *ijarah* dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut. Bentuk pembiayaan ini merupakan salah satu teknik pembiayaan ketika kebutuhan pembiayaan investor untuk membeli aset terpenuhi, dan investor hanya membayar sewa pemakaian tanpa harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk membeli aset tersebut.

Rukun dari akad *ijarah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu: 1) Pelaku akad, yaitu *mustajir* (penyewa) adalah pihak yang menyewa aset, dan *mu'jir/muaajir* (pemilik) adalah pihak pemilik yang menyewakan aset; 2) Objek akad, yaitu *ma'jur* (aset yang disewakan), dan *ujrah* (harga sewa); dan 3) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

Dua hal harus diperhatikan dalam penggunaan *ijarah* sebagai bentuk pembiayaan. *Pertama*, beberapa syarat harus dipenuhi agar hukum-hukum syariah terpenuhi, dan yang pokok adalah:

- a. Jasa atau manfaat yang akan diberikan oleh aset yang disewakan tersebut harus tertentu dan diketahui dengan jelas oleh kedua belah pihak;
- b. Kepemilikan aset tetap pada yang menyewakan yang bertanggung jawab atas pemeliharaannya sehingga aset tersebut terus dapat memberi manfaat kepada penyewa;
- c. Akad *ijarah* dihentikan pada saat aset yang bersangkutan berhenti memberikan manfaat kepada penyewa. Jika aset tersebut rusak dalam periode kontrak, akad *ijarah* masih tetap berlaku; dan
- d. Aset tidak boleh dijual kepada penyewa dengan harga yang ditetapkan sebelumnya pada saat kontrak berakhir. Apabila aset akan dijual, harganya akan ditentukan pada saat kontrak berakhir.

Syarat-syarat di atas menyiratkan bahwa pemilik dana atau pemilik aset tidak memperoleh keuntungan tertentu yang ditetapkan sebelumnya. Tingkat keuntungan (*rate of return*) baru dapat diketahui setelahnya.

Kedua, sewa aset tidak dapat dipakai sebagai patokan tingkat keuntungan dengan alasan:

- 1) Pemilik aset tidak mengetahui dengan pasti umur aset yang bersangkutan. Aset hanya akan memberikan pendapatan pada masa produktifnya. Selain itu, harga aset tidak diketahui apabila akan dijual pada saat aset tersebut masih produktif.

- 2) Pemilik aset tidak tahu pasti sampai kapan aset tersebut dapat terus disewakan selama masa produktifnya. Pada saat sewa pertama berakhir, pemilik belum tentu langsung mendapatkan penyewa berikutnya. Apabila sewa diperbaharui, harga sewa mungkin berubah mengingat kondisi produktivitas aset yang mungkin telah berkurang¹⁵.

2. *Ijarah Muntahiyah bit At Tamlik/IMBT (Sewa Beli)*

Ijarah muntahiyah bittamlik (IMBT) adalah transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan obyek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan obyek sewa. Berbagai bentuk alih kepemilikan IMBT antara lain:

- i. Hibah di akhir periode, yaitu ketika pada akhir periode sewa aset dihibahkan kepada penyewa;
- ii. Harga yang berlaku pada akhir periode, yaitu ketika pada akhir periode sewa asset dibeli oleh penyewa dengan harga yang berlaku pada saat itu;
- iii. Harga ekuivalen dalam periode sewa, yaitu ketika penyewa membeli aset dalam periode sewa sebelum kontrak sewa berakhir dengan harga ekuivalen;
- iv. Bertahap selama periode sewa, yaitu ketika alih kepemilikan dilakukan bertahap dengan pembayaran cicilan selama periode sewa¹⁶.

3. *Musyarakah (Kerjasama)*

Musyarakah merupakan istilah yang sering dipakai dalam konteks skim pembiayaan Syariah. Istilah ini berkonotasi lebih terbatas dari pada istilah *syirkah* yang lebih umum digunakan dalam fikih Islam¹⁷. *Syirkah* berarti *sharing* 'berbagi', dan di dalam terminologi Fikih Islam dibagi dalam dua jenis.

- a) *Syirkah al-milk* atau *syirkah amlak* atau *syirkah* kepemilikan, yaitu kepemilikan bersama dua pihak atau lebih dari suatu properti.
- b) *Syirkah al-'aqd* atau *syirkah 'ukud* atau *syirkah* akad, yang berarti kemitraan yang terjadi karena adanya kontrak bersama, atau usaha komersial bersama.

Musyarakah merupakan bentuk umum dari usaha bagi hasil. *Musharakah* (*shirkah* atau *sharikah* atau *serikat* atau *kongsi*).

¹⁵ Wiwik Hasbiyah, Purnama Putra. *Ekonomi Syariah; h.182-184. Bekasi Akademika Pressindo, 2017*

¹⁶ Wiwik Hasbiyah, Purnama Putra. *Ekonomi Syariah; h.186. Bekasi Akademika Pressindo, 2017*

¹⁷ Usmani .M. Taqi. 1999 *An Introduction to Islamic Finance*, Idaratul Ma'arif, Karachi.

Dalam artian semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek dan dikelola bersama-sama¹⁸. Musharakah merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana/modal bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan. Mitra usaha pemilik modal berhak ikut serta dalam manajemen perusahaan, tetapi itu tidak merupakan keharusan. Para pihak dapat membagi pekerjaan mengelola usaha sesuai kesepakatan dan mereka juga dapat meminta gaji/upah untuk tenaga dan keahlian yang mereka curahkan untuk usaha tersebut.

Proporsi keuntungan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan (pendapat Imam Malik dan Imam Syafi'i), atau dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan (pendapat Imam Ahmad). Sedangkan Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat berbeda dari proporsi modal pada kondisi normal. Namun demikian, mitra yang memutuskan menjadi *sleeping partner*, proporsi keuntungannya tidak boleh melebihi proporsi modalnya. Sementara itu, kerugian, apabila terjadi, akan ditanggung bersama sesuai dengan proporsi penyertaan modal masing-masing (semua ulama sepakat dalam hal ini). Penyertaan modal dari para mitra usaha harus berupa uang (pendapat Imam Abu Hanifah dan Imam Ahmad), atau berupa uang atau barang (pendapat Imam Malik). Sementara itu, Imam Syafi'i memerinci bahwa barang yang dapat disertakan dalam modal adalah barang yang dapat diukur kualitas dan kuantitasnya sehingga dapat diganti kalau ada kerusakan. Barang ini biasa disebut *dhawat-ul-amthal* atau *fungible goods*, bukan *dhawat-ul-qeemah* yang sulit diukur kualitas dan kuantitasnya.

2. PEMASARAN SYARIAH

A. Pengertian Pemasaran Syariah

Konsep Pemasaran syariah sendiri menurut definisi adalah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi Pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Menurut Hermawan Kartajaya, nilai inti dari Pemasaran syariah adalah Integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya. Pemasaran adalah garis depan suatu bisnis, mereka adalah orang-orang yang bertemu langsung dengan konsumen sehingga setiap tindakan dan ucapannya berarti menunjukkan citra dari

¹⁸ T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, Pengantar Fiqh Mu'amalah, cet. II (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), h. 24

barang dan perusahaan. Namun sayangnya pandangan masyarakat saat ini menganggap pemasar diidentikkan dengan penjual yang dekat dengan kecurangan, penipuan, paksaan dan lainnya yang telah memperburuk citra seorang pemasar. Tidak terelakkan lagi banyak promosi usaha-usaha yang kita lihat sehari-hari tidak menjelaskan secara detail tentang produknya, yang mereka harapkan adalah konsumen membeli produk mereka dan banyak dari konsumen merasa tertipu atau dibohongi ketika mencoba produk yang dijual pemasar tersebut¹⁹.

B. Karakteristik Pemasaran Syariah

Kata "syariah" (*al-syari'ah*) telah ada dalam bahasa arab sebelum turunnya Al-Quran. Kata yang semakna dengannya juga ada dalam Taurat dan Injil. Kata syari'at dalam bahasa Ibrani disebutkan sebanyak 200 kali, yang selalu mengisyaratkan pada makna "kehendak Tuhan yang diwahyukan sebagai wujud kekuasaan-Nya atas segala perbuatan manusia Dalam Al-Quran, kata syari'ah disebutkan hanya sekali dalam Surah Al-Jatsiyah, "*Kemudian Kami Jadikan kamuberda didalam suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama) itu, maka ikutilah syariat itu dan janganlah kalu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui*" (QS Al-Jatsiyah: 18).

Pemasaran sendiri adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah²⁰.

Ada Pun 4 karakteristik *syariah marketing* yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

- a. Teistis (*rabbaniyyah*) : jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.
- b. Etis (*akhlaqiyyah*) : Keistimewaan lain dari *syariah marketer* selain karena teistis (*rabbaniyyah*) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh agama.
- c. Realistis (*al-waqiyyah*) : *syariah marketer* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar

¹⁹ Purnama Putra, Wiwik Hasbiyah. *Teori dan Pratik Pemasaran Syariah*; h.18. Depok:Rajawali Pers, 2018

²⁰ Purnama Putra, Wiwik hasbiyah. *Teori dan Pratik Pemasaran Syariah*; h.47. Depok:Rajawali Pers, 2018

professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

- d. Humanistis (*insaniyyah*) : keistimewaan *syariah marketer* yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehumanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, jenis kelamin, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistis universal²¹.

Adapun pada Kantor Cabang BRI Syariah Tangerang BSD menempati kantor baru di Ruko Tol Boulevard Blok D 20-21 Jl Pahlawan Seribu BSD City Tangerang, mulai Rabu (7/3). Gedung baru BRI Syariah KC Tangerang BSD diresmikan oleh Wakil Walikota Tangerang Selatan Benyamin Davnie bersama Direktur Utama BRI Syariah Moch Hadi Santoso.

Menurut Direktur Utama BRI Syariah Moch Hadi Santoso yang mengatakan bahwa BRI Syariah melakukan langkah strategis berupa revitalisasi dan relokasi beberapa Kantor Cabang yang semula dirasakan kurang strategis dan kurang mendukung untuk memberikan layanan prima kepada nasabah kemudian direlokasi ke tempat yang lebih strategis seperti Kantor Cabang Tangerang BSD tersebut. "Diharapkan dengan relokasi kantor cabang tersebut dapat mencerminkan pola layanan bank ritel syariah yang modern," kata Hadi, melalui siaran pers. Menurutnya, pertumbuhan BRI Syariah KC Tangerang BSD dalam satu tahun terakhir sangat signifikan. Pembiayaan yang disalurkan Kantor Cabang Tangerang BSD mencapai Rp 256,47 miliar di antaranya Rp 13,15 miliar disalurkan ke segmen ritel, Rp 61,58 miliar untuk segmen mikro dan Rp 84,21 miliar untuk segmen linkage. "Sedangkan dari sisi dana pihak ketiga, BRI Syariah Tangerang BSD berhasil mengumpulkan dana masyarakat sebesar Rp 408,316 miliar dengan rincian Giro sebesar Rp 49,32 miliar, Tabungan Rp 144,69 miliar dan Deposito Rp 214,31 miliar," kata Hadi. Secara nasional, BRI Syariah mencatatkan kenaikan aset double digit yang menembus angka Rp 30 triliun dengan kenaikan sebesar 14 persen dari sebelumnya Rp 27,68 triliun pada 2016 menjadi Rp 31,54 triliun pada 2017.

Pembiayaan BRI Syariah sepanjang 2017 juga meningkat lebih dari Rp 1 triliun dari sebelumnya Rp 17,9 triliun pada 2016 menjadi Rp 19 triliun pada 2017. Peningkatan pembiayaan terutama untuk nasabah UMKM dan pembiayaan properti. "Kami juga akan melanjutkan untuk mendukung

²¹ Muhammad Sula dan Hermawan Kertajaya. *Syariah Marketing*, Jakarta Mizan 2005

program program pemerintah antara lain penyaluran KUR syariah, pembiayaan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP), pembayaran gaji PNS," ucap Hadi. Pada 2017 penyaluran KUR Syariah mendekati angka Rp 500 miliar. "Hingga saat ini BRI Syariah menjadi satu-satunya bank syariah yang menyalurkan KUR," kata Hadi. Pada Rabu 07 Mar 2018 16:47 WIB²².

Tangerang Selatan merupakan wilayah yang cukup strategis. Wilayah ini terus berkembang dan menjadi pusat masyarakat dalam mencari sarana bisnis, pekerjaan maupun hiburan. Tangerang Selatan diprediksi akan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru di kawasan Jabodetabek. Perkembangan ekonomi di wilayah Tangerang Selatan terutama untuk sektor perdagangan, jasa, industri, komersial, pemukiman dan perhotelan. Perkembangan inilah yang membuat pendapatan asli daerah di Kota Tangerang Selatan selalu naik setiap tahunnya. Wilayah ini memiliki fasilitas perkotaan paling lengkap terutama dengan kehadiran pengembang-pengembang besar seperti BSD City, Alam Sutera dan Gading Serpong. Tidak heran bila kini deretan pusat bisnis dan perbelanjaan berkelas internasional telah menghiasi jalan-jalan protokol di Tangerang Selatan. Beberapa developer asing merealisasikan pembangunan properti disinyalir turut memacu pertumbuhan ekonomi wilayah tersebut. Untuk meningkatkan investasi, Pemerintah Kota Tangerang Selatan terus melakukan pembenahan infrastruktur. Salah satunya mempercepat pembangunan Tol Serpong - Balaraja. Akses jalan bebas hambatan ini merupakan sambungan dari Tol Ulujami – Serpong yang menghubungkan Kota Tangerang Selatan dengan Kabupaten Tangerang. Selain itu, ditambah dengan kehadiran sekitar 20 perguruan tinggi, antara lain Institut Teknologi Indonesia (ITI), Swiss German University (SGU), Universitas Bina Nusantara (BINUS University), STIE Multi Media Nusantara, Prasetiya Mulia, Universitas Pamulang serta beberapa pusat penelitian milik pemerintah seperti PUSPITEK. Presentase harga properti di Tangerang Selatan masih sangat mungkin akan mengalami kenaikan karena banyaknya perusahaan asing yang berinvestasi di kota ini.

²² Republika.co.id Jakarta Rabu 07 Mar 2018 16:47 WIB



Gambar 1: Presentase Daerah yang Diminati investor di Tangerang selatan

Terdapat beberapa daerah yang paling banyak dicari di Kota Tangerang Selatan. Daerah terbanyak yaitu Serpong, kemudian disusul oleh Pondok Aren, Serpong Utara, Pamulang, Ciputat, Ciputat Timur, Setu, Tangerang dan daerah lainnya (2 Januari 2020 : Oleh KPR Syariah).

Adapun Pemasaran Syariah yang Di pakai BRI Syariah Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen KPR Syariah sebagai berikut :

1. Melalui Kerjasama Dengan Developer maupun teknologi Yaitu :
Teknologi yang di gunakan dalam marketing dapat perusahaan pda BRISyariah di BSD dalam memasarkan produk KPRS adalah :
Kalau Pemasaran KPR BRIS Lewat Teknologi Melalui Website BRI Syariah²³: www.brisyariah.co.id kemudian sosial BRISyariah : IG, FB, Twitter dan WAG. Selanjtnya Proses Pembukaan Rekening melalui eform dan mobile banking BERSyariah yaitu BRISyariah Online.
2. Dengan Melalui Strategi pemasarannya adalah:
 - 1) Kerjasama dengan para developer
 - 2) Open table pada suatu event
 - 3) Penawaran pada perusahaan atau instansi yang menggunakan Bank BRI Syariah Untuk Pembayaran gaji (Payroll).
3. Cara menghadapi Persaingan Terhadap Bank Bank Syariah dalam memasarkan ProdukProduk KPR Syariah di BRI Syariah Cabang BSD Sabagai berikut:
 - 1) Proses Cepat
 - 2) Sering Mengadakan Promlo Margin
 - 3) Marketing yang komunakatif dan Fast Response
 - 4) Tidak ada Biaya Administrasi untuk Pembiayaan Kepemilikan Rumah baru/Second (Khusus untuk akad Murabahah)
 - 5) Akad Pembiayaan yang Variatif Sehuingga Lebih Fleksible Dalam Memenuhi Semua Kebutuhan Nasabah).

²³Website BRI Syariah www.brisyariah.co.id

4. Solusi menghadapi Tantangan dan Kendala yang di alami oleh BRISyariah dalam Memasarkan produk KPRSyariah Di BSD
 - 1) Terkadang saat Bank lain berani promo dengan margin yang jauh dibawah margin BRISyariah
 - 2) Untuk developer yang bekerjasama dengan beberapa bank di luar BRI Syariah terkadang menwarakan 1 nasabah yang sama untuk proses oleh beberapa bank. Nah nasabah pasti akan memilih angsuran yang lebih cepat .
 - 3) Persyaratan DP KPRSyariah yang dimana beberapa calon nasabah Tidak mampu memenuhi.
5. Upaya BRI Syariah Dalam Mengatasinya Kendala dan Tantangan tersebut
 - 1) Marketing Aktif Melakukan Pendekatan ke Developer agar Merekomendasikan BRISyariah Kapan Calon Konsumen Developer tersebut ke BRISyariah
 - 2) Meyediakan Program Fee Marketing yang dikhususkan untuk para Marketing perumahan apabila mampu merekomendasikan Konsumen yang berkualitas untuk KPR di BRI Syariah BSD (Hasil Wawancara dengan Pak dudi Saleh Pimpinan Cabang BRIS BSD City ,Tanggal 14 Juni 2020)

Demikian Pada BRI Syariah cabang BSD saat ini, selalu melakukan pendekatan baik melalui developer atau langsung ke pihak konsumen untuk meningkatkan daya beli konsumen dan selalu berinovasi berkreatifitas dalam memasarkan produk-produknya terutama KPR Syariah untuk menghadapi persaingan-persaingan dengan bank bank syariah lain.

PENUTUP

1. Adapun kesimpulan pada wawancara peneliti pada BRI syariah pada Pemasaran KPR syariah yaitu Strategi pemasaran yang di lakukan BRI syariah dalam memasarkan KPR syariah adalah : Kerjasama dengan para developer, Open table pada suatu event, Penawaran pada perusahaan atau instansi yang menggunakan Bank BRI Syariah Untuk Pembayaran gaji (Payroll).
2. Kendala dan Tantangan yaitu Banyaknya persaingan dengan Bank Bank Syariah Maupun Konvensional untuk menjaring Konsumen KPR. Untuk mengatasi dan menghadapi tantangan tersebut BRI syariah melakukan strategi sebagai berikut: Proses cepat, Sering mengadakan promo margin, Marketing yang komunakatif dan *fast response*, Tidak ada biaya administrasi untuk pembiayaan kepemilikan rumah baru/Second (Khusus untuk akad Murabahah), Akad Pembiayaan yang variatif sehingga lebih fleksible dalam memenuhi semua kebutuhan nasabah).

3. Solusi menghadapi Tantangan dan Kendala yang di alami oleh BRISyariah dalam Memasarkan produk KPRSyariah Di BSD.
Terkadang saat bank lain berani promo dengan margin yang jauh dibawah margin BRI syariah, Untuk developer yang bekerjasama dengan beberapa bank di luar BRI Syariah terkadang menawarkan 1 nasabah yang sama untuk proses oleh beberapa bank. Nah nasabah pasti akan memilih angsuran yang lebih cepat, Persyaratan DP KPR syariah yang dimana beberapa calon nasabah tidak mampu memenuhi, Marketing aktif melakukan pendekatan ke developer agar merekomendasikan BRI Syariah kapan calon konsumen developer tersebut ke BRI Syariah, Meyediakan program *fee* marketing yang dikhususkan untuk para marketing perumahan apabila mampu merekomendasikan konsumen yang berkualitas untuk KPR di BRI syariah BSD.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaudin Al-Kasani, *Badai'ash-Shanai'fi Tartib Asy-Syara'i*, IV: 174.
- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahan, Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fahd
- A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, h. 78..
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemah*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quraan.
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, *Stasitistik perbankan syariah, Agustus 2016 Encyclopedia Brittanica, X, (Micropeadia)*. H. 49. Dikutip dari Hermawan Kartajaya, *Gema Insani*, 2003.
- Gemala Dewi, *Aspek-aspek dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2007),53*.
- Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: Setia Purna Inves, 2007.
- Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015
- Peter, *Perbandingan Perhitungan Angsuran KPR Konvensional Dengan KPR Syariah (Jurnal Manajemen, Vol 7. No.2, hlm.3 Mei 2008)*.
- Purnama Putra, *Wiwik hasbiyah. Teori dan Pratik Pemasaran Syariah. Depok:Rajawali Pers, 2018)*.
- Republika.co.id Jakarta Rabu 07 Mar 2018 16:47 WIB
- T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Mu'amalah*, cet. II, Jakarta: Bulan Bintang, 1984.
- Undang-Undang Perbankan "UU No.10.th1998" Sinar Grafika Jakarta. 1999:9
- Usmani .M. Taqi. 1999 *An Introduction to Islamic Finance*, Idaratul Ma'arif, Karachi.
- Veitzal Riva'l dan Andria Permata Veitzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Wiwik Hasbiyah, Purnama Putra. Ekonomi Syariah; hal.166-186. Bekasi Akademika Pressindo, 2017