

PENERAPAN PRINSIP DAN NORMA EKONOMI SYARIAH PADA PEMASARAN PRODUK PANDAI BESI DI DUSUN KOLLA DESA PATERONGAN GALIS

Diana Putri , Mashudi Mashudi , Moh Ainul Yaqin

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah

202093290428@darul-hikmah.com

mashudi.fkis@trunojoyo.ac.id, 202093290445@darul-hikmah.com

Received: 10-11-2024

Revised: 23-11-2024

Approved: 30-11-2024

ABSTRAK

This research is to find out whether blacksmith producers in Kolla hamlet, Paterongan village have implemented sharia economic principles and norms or not, and researchers also want to dig deeper into what transaction processes and contracts are used by blacksmith producers in Kolla hamlet, Paterongan village. transactions, this research uses qualitative research methods by extracting data through an interview and observation system, as well as through a collection process after data analysis, data reduction and triangulation. And in this case the transactions carried out by blacksmith producers in Kolla hamlet, Paterongan village use three contracts in each transaction, the contracts are the salam contract, the istisna' contract and the ijarah contract, where the transaction process they carry out is in accordance with the terms and conditions of These contracts are in accordance with Sharia law.

Kata Kunci : blacksmith, Kolla hamlet, transaction, marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui apakah produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan sudah menerapkan prinsip dan norma ekonomi syariah atau belum, serta peneliti juga ingin menggali lebih dalam lagi tentang proses transaksi dan akad apa yang di gunakan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla desa paterongan dalam bertransaksi, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan penggalian data melalui sistem wawancara dan observasi, serta melalui proses koleksi setelah dilakukan analisi data, reduksi data, dan triangulas. Dan dalam hal ini transaksi yang dilakukan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan menggunakan tiga akad dalam setiap transaksinya, adapun akad tersebut ialah akad salam, akad istisna' dan akad ijarah yang mana proses transaksi yang mereka jalani sudah sesuai dengan syarat dan rukun dari akad-akad tersebut dan itu sudah sesuai dengan hukum syariat.

Kata Kunci : pandai besi, dusun Kolla, transaksi, pemasaran.

PEDAHULUAN

Persaingan industri saat ini semakin ketat, mendorong perusahaan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran dan pengembangan produk. Hal ini penting untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Tingkat penjualan yang tinggi menguntungkan perusahaan, sementara penurunan penjualan dapat berdampak negatif pada aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci untuk meningkatkan penjualan dan menjaga daya saing perusahaan di pasar.

Pemasaran, penjualan, dan promosi/periklanan adalah konsep yang berbeda meskipun terkait erat dalam konteks bisnis. Pemasaran secara luas didefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial yang menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan untuk kepentingan organisasi

dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, perubahan yang cepat dapat mengakibatkan persaingan usaha menjadi semakin ketat. Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan strategi yang penting untuk menghadapi kondisi ini. Untuk berhasil, suatu usaha perlu memastikan bahwa proses operasionalnya berjalan lancar dan memaksimalkan produktivitas para pekerjanya. Hal ini dapat membantu usaha berkembang dengan baik di tengah persaingan yang intensif.

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah berbagai jenis bahan dari mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, hingga menjadi barang jadi dengan nilai yang lebih tinggi dalam penggunaannya. Tujuan dari industri adalah untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk dengan menciptakan produk bernilai tambah. Industrialisasi juga berhubungan dengan upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta kemampuan optimal dalam mengelola sumber daya alam.

Secara umum, Pandai Besi merujuk kepada individu yang terampil dalam pekerjaan atau seni logam, khususnya besi. Mereka dapat membuat atau memperbaiki berbagai barang dari logam seperti alat pertanian, perabot rumah tangga, senjata, dan barang seni. Selain itu, Pandai Besi Indonesia juga dapat merujuk kepada tempat atau workshop di mana barang-barang logam tersebut diproduksi atau diperbaiki.

Perkembangan industri di pedesaan memiliki potensi besar untuk menangkap efek ganda yang menguntungkan dalam pembangunan nasional, pembangunan pedesaan, dan perekonomian daerah secara umum. Pemerintah dan masyarakat perlu memberikan perhatian yang besar terhadap pertumbuhan usaha kecil di Indonesia, terutama melalui bantuan-bantuan yang diberikan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Dengan demikian, dapat dihasilkan dampak positif bagi masyarakat dan meningkatkan wawasan ekonomi di pedesaan.

Salah satu Industri Pengolahan yang berkembang dari dulu hingga sekarang adalah usaha industri pandai besi di desa Paterongan Kecamatan Galis, terkhusus di dusun Kolla, salah satu mata pencahariannya selain sebagai petani para laki-laki di sana berprofesi sebagai pandai besi, baik pandai besi yang berfokus memproduksi alat-alat rumah tangga dan ada juga yang berfokus kepada produksi senjata tajam.

Sentra industri pandai besi yang telah berlangsung turun-temurun dan beroperasi selama puluhan tahun termasuk dalam kategori industri kecil tradisional. Pada proses produksinya, para pelaku usaha masih mengandalkan teknologi yang sangat sederhana. Mesin dan peralatan modal serta produksi yang digunakan juga bersifat sederhana, dan lokasi produksinya umumnya berada di wilayah pedesaan.

Dalam perkembangan industri rumah tangga, industri pandai besi sebagai industri rumah tangga tradisional menghadapi ancaman keberadaannya karena industri modern telah berkembang dengan pesat menggunakan teknologi canggih dan proses produksi yang cepat dengan bahan buatan. Industri pandai besi di Desa Paterongan masih menggunakan peralatan produksi tradisional, namun keberhasilannya bertahan hingga saat ini tentunya ditentukan oleh faktor-faktor seperti manajemen usaha, strategi pemasaran, dan pengembangan teknologi.

Di dalam dunia bisnis baik bisnis mikro ataupun makro haruslah faham dengan yang namanya pemasaran, terutama pemasaran melalui media online yang sering disebut juga digital marketing, Digital Marketing adalah aplikasi dari internet dan teknologi digital yang

menghubungkan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal ini dapat meningkatkan pemahaman tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, serta menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan layanan online sesuai kebutuhan individu. Digital Marketing menggunakan berbagai media digital seperti web, social media, email, database, mobile/wireless, dan digital tv untuk meningkatkan target konsumen dan memahami profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas pelanggan atau target konsumen guna mencapai tujuan pemasaran.

Di dalam dunia bisnis banyak sekali tehknik pemasaran yang berlaku dan di laksanakan oleh para pelaku bisnis terkhusus di nusantara kita ini,namun ada beberapa yang ideal dan serasi di terapkan oleh para pelaku industri khususnya oleh pandai besi,khususnya di dusun kolla desa paterongan, Salah satu kunci utama bagi sebuah usaha untuk terus berkembang adalah dengan menjalin kerjasama yang baik. Sebagai seorang wirausaha, kerjasama dengan pihak lain merupakan hal yang penting. Dalam memilih mitra kerjasama, penting untuk memilih mitra yang memiliki kelebihan yang dapat melengkapi kekurangan yang dimiliki sendiri, serta memberikan manfaat baik bagi diri sendiri maupun mitra kerjasama tersebut.Kerjasama yang dilakukan ini tentunya harus sesuai dengan standart ekonomi syariah dan standart hukum bisnis atau undang-undang yang mengatur tentang kewirausahaan, hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan: Undang-undang ini mengatur berbagai aspek terkait perdag angan, termasuk di dalamnya regulasi terkait usaha dagang yang dilakukan oleh wirausaha.

Pemasaran yang diterapkan oleh para pelaku pandai besi di dusun kolla desa paterongan ialah bekerjasama dengan para pedagang lain atau yang lebih di kenal di dalam dunia ekonomi dengan kata konsinyasi, namun ada pula sebagian kalangan yang memasarkan produknya menggunakan media online seperti ecomerce, e marketplace dan lain-lain, namun sebagian pula uga yang hanya menunggu pesanan saja dari berbagai cara para pelaku industri memasarkan produknya pastinya akan banyak permasalahan-permasalahn yang timbul terutama keselarasan dengan ekonomi syariah dan norma-norma syariah yang ada.Maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas, sangat penting untuk melakukan penelitian mengenai kesesuaian dengan prinsip dan norma ekonomi syariah dari kegiatan pemasaran mereka agar tidak terjebak pada praktek-praktek yang tidak islami. Oleh karena itu peneliti ingin menelitinya dengan judul “penererapan prinsip dan norma ekonomi syariah pada pemasaran produk pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan Galis kabupaten Bangkalan“

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lapangan (field research) kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu riset yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian. misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainlain. Penelitian kualitatif merujuk pada metode penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomenafenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan aspek lainnya. Pendekatan ini dilakukan secara holistik dengan menggunakan deskripsi verbal dalam

konteks yang spesifik dan alamiah, serta memanfaatkan metode-metode penelitian alamiah.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif yang dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana praktek-praktek para produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan kecamatan Galis kabupaten Bangkalan dalam memasarkan dan bertransaksi dan menyesuaikan nya dengan prinsip dan norma ekonomi syariah. Peneliti memperhatikan serta menggunakan praktek penelitian dengan cara melihat kenyataan, bertanya dan membiarkan wawancara berkembang sesuai dengan ucapan dan pemikiran narasumber.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun sumber data yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.Data primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yaitu dusun Kolla desa Paterongan kecamatan Galis kabupaten Bangkalan. Yang berupa hasil wawancara terhadap pihak-pihak terkait yang merupakan pelaku asli dari produksi produk pandai besi di desa tersebut.

2.Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui banyak sumber yang sebelumnya yang sudah ada, seperti kajian-kajian yang serupa atau yang mendekati dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan ialah sebagai berikut :

Wawancara Terbuka

Yaitu dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada para produsen pandai besi yang ada di dusun Kolla desa Paterongan kecamatan Galis kabupaten Bangkalan. Wawancara terbuka adalah wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara memberikan kebebasan menjawab kepada informan atas apa yang di wawancarai. Wawancara itu sendiri digunakan untuk mendapatkan informasi secara subjektif, seperti sikap. Pendapat, motivasi atau pengalaman seseorang.

Observasi

Yakni dengan cara mengamati secara langsung pada lokasi yang akan diteliti yaitu dusun Kolla desa Paterongan Kecamatan Galis kabupaten Bangkalan. Observasi itu sendiri di lakukan untuk mengetahui kondisi yang terjadi, kemudian digunakan untuk membuktikan kebenaran dari desain penelitian yang sedang dilakukan.

Dokumentasi

Dokumentasi Singkatnya, pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan dapat disebut sebagai proses dokumentasi. Dokumentasi juga mencakup pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lainnya.

Instrument penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri (human instrument), yang berfungsi menetapkan focus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan poengumpulan data, analisi data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan temuannya. Dalam penelitian ini peneliti

memposisikan diri sebagai instrumen sekaligus pengumpulan data dengan alat-alat yang digunakan.

Tekhnik analisis data

Tekhnik analisa data dalam penelitian adalah analisa data kualitatif. Adapun proses analisa data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yang ada, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto dan sebagainya. Adapun tekhnik data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah tahap memfokuskan proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi dan transformasi data mentah yang dihasilkan dari proses pengumpulan data.

2. Model data/data display

Data display dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk: uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sebagainya.

3. Penarikan/verifikasi kesimpulan

Langkah ke tiga ialah dengan melihat dan menelaah lagi data data yang sudah dikumpulkan baik melalui wawancara, observasi dan yang lainnya, lalu menarik atau mengambil kesimpulan dari data tersebut.

4. Pengecekan Keabsahan Temuan

Untuk menguji keabsahan data ini, tekhnik yang di pakai peneliti adalah tekhnik confirmability (kepastian) ialah tekhnik pengujian keabsahan data yang menekankan pada datanya bukan pada jumlah informan/subyek. selain itu dalam keabsahan data ini juga di lakukan proses trigulasi. trigulasi adalah tekhnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pebanding tahap data itu. 30 pemekrisaan yang dilakukan oleh peneliti antara lain dengan :

- 1. Triangulasi data:** yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan wawancara, dan hasil wawancara dengan dokumentasi, dan data hasil pengamatan dengan dokumentasi dari hasil membandingkan data ini diharapkan menyatukan persepsi atas data yang di peroleh.
- 2. Triangulasi sumber:** yaitu dengan cara membandingkan kebenaran suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, baik dilihat dari dimensi waktu maupun sumber yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan yang akan dipaparkan berikut ini meliputi 2 pembahasan, yang pertama pembahasan tentang sesuai atau tidak kan pemasaran dan prkatik transaksi produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan dengan prinsip dan norma ekonomi Syariah, yang kedua akan membahas menggunakan akad apa proses transaksi yang di gunakan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan. Yang mana bentuk pembahasan ini disertai analisis pada teori yang telah diterangkan di bab II pada bagian landasan teori.

1. Analisi praktik pemasaran dan proses transaksi yang di lakukan produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan.

Praktik pemasaran dan proses transaksi yang dilakukan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla desa paterongan Galis Bangkalan bermacam-macam dan bervariasi setidaknya ada 3 orang yang sudah saya gali informasi dan itu sudah saya katakan cukup untuk mewakili para produsen di dusun Kolla desa Paterongan karena dari 3 orang tersebut praktik-praktik baik pemasaran ataupun proses transaksinya itu hampir sama dengan yang lainnya. Dari 3 orang yang saya wawancarai ada dua proses pemasaran yang sangat diminati oleh para produsen pandai besi, yang pertama adalah memasarkan produknya di media online dan yang kedua menggunakan sistem setoran kepada tengkulak. Namun dari dua proses dan praktik pemasaran yang di lakukan produsen pandai besi ini pastinya kita bisa menilainya sesuai atau tidakkah praktik-praktik yang dilakukan produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan dengan prinsip dan norma ekonomi Syariah. Yang mana hal ini sudah dijelaskan dan dipaparkan di bab II tentang prinsip dan norma ekonomi Syariah.

2. Tinjauan Sesuai Atau Tidakkah Praktik Pemasaran Dan Proses

Transaksi para produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan dengan prinsip dan norma ekonomi Syariah. Proses pemasaran yang dilakukan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan yang sering dilakukan oleh mereka adalah sistem setor barang, media online, titip barang ke toko-toko atau biasa disebut konsinyasi. Adapun setelah dianalisis praktek yang dilakukan oleh mereka sudah sesuai dengan prinsip dan norma ekonomi syariah, yang mana di setiap proses baik dalam pemasarannya atau transaksinya mereka selalu mengedepankan prinsip dan norma ekonomi syariah seperti adil, jujur, dan menghindari sesuatu yang mengandung ribawi, serta mereka selalu menjunjung tinggi yang namanya toleransi, serta tanggung jawab terhadap apa yang mereka sudah sepakati. Maka dari itu praktik yang mereka lakukan sudah dapat di kategorikan praktik muamalah yang sudah menerapkan prinsip dan norma ekonomi syariah. Adapun praktik-praktik yang dilakukan oleh produsen pandai besi seperti yang dijelaskan di atas, seperti produsen pandai besi yang menerima pesanan baik secara online atau offline, atau juga di saat produsen pandai besi menyetorkan barang yang dipesan oleh tengkulak atau penampung, atau juga produsen pandai besi yang menitipkan barang hasil produksinya ke toko-toko sekitar itu sudah cukup untuk menjawab pembahasan berikutnya.

3. Akad Yang Digunakan Produsen Pandai Besi Di Dalam Melakukan Transaksi.

Dari penjelasan dan hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat kita analisis dan pastikan produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan menggunakan tiga akad antara lain akad yang digunakan adalah akad salam, akad istisna' dan akad ijarah. Yang mana ketiga akad ini sudah peneliti paparkan di bab II. Praktik yang dilakukan produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan rata-rata memasarkan produknya di media online namun ada juga yang di setorkan ke penampung atau ke tengkulak langsung yang mana dalam hal ini jika produsen pandai besi di dusun Kolla melakukan pemasarannya melalui media online.

Maka akad yang digunakan ada dua yaitu salam atau isti'na tergantung dari sistem pesanan dan sesuai dengan syarat dan rukun yang mana yang cocok di saat melakukan

transaksi. Kemudian ketika produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan menggunakan sistem titip barang atau yang sering kita sebut konsinyasi maka akad yang cocok digunakan adalah akad ijarah yang mana akad tersebut cocok dengan transaksi yang digunakan pandai besi di dusun Kolla desa paterongan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan wawancara yang telah peneliti lakukan, serta berdasarkan penjelasan analisis data dan juga rumusan masalah pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sistem pemasaran produk pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan kecamatan Galis kabupaten Bangkalan. Pemasaran yang dilakukan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla desa Paterongan sangatlah bervariasi dari mulai memasarkan menggunakan media online, ada juga yang menggunakan sistem setroan, ada juga yang menggunakan sistem konsinyasi.
2. Kesesuaian prinsip dan norma ekonomi syariah di dusun Kolla desa paterongan dengan pemasaran yang dilakukan oleh produsen pandai besi. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh produsen pandai besi di dusun Kolla bervariasi namun mereka tetap mengedepankan yang namanya prinsip dan norma ekonomi syariah yang mana hal itu masih sangat kental dan melekat di kebanyakan orang-orang Madura, dengan kata lain para produsen pandai besi pastinya menerapkan prinsip dan norma ekonomi syariah contohnya seperti, selalu berlaku jujur, adil dan menghindari hal-hal yang mengandung ribawi. Jadi pada intinya delapan dasar dari prinsip dan norma ekonomi syariah tidak harus terapkan kesemuanya namun bisa juga hanya pada inti-intinya saja, seperti berlaku adil, jujur dan menghindari hal-hal yang mengandung ribawi itu saja sudah cukup dikatakan menerapkan prinsip dan norma ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Atabik, Ahmad. (2018) "Pemasaran Desain Produk Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* 1.1: 87-97.
- Azhari, Yayuk, and Dahruji Dahruji. (2023) "Analisis Penerapan Prinsip Prinsip Syariah Pada Koperasi Pemasaran Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan." *Kabillah (Journal of Social Community)* 8.1: 822-828.
- Bakar, Abu. (2020) "Prinsip Ekonomi Islam Di Indonesia Dalam Pergulatan Ekonomi Milenial" *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum* 4.2: 233-249.
- Fahmi, Nurul. (2019) "Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam." *TASAMUH: Jurnal Stud Islam* 11.1: 105-123
- Fathoni, Muhammad Anwar. (2018) "Konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam." *Jurisdictie* 9.1: 440526
- Haryanto, M. M., & Rudy, D. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*.
- Iwan Shalahuddin, Indra Maulana, Teresia Ariyani, *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2017), hal. 90.
- Mashudi, Mashudi. (2018) "Perilaku Dan Budaya Konsumen Madura Dalam Dinamika Etika Bisnis Syariah." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 2.2: 133-149.

- Prihatta, Hajar Swara. (2018) "Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8.1: 96-124.
- Qolbi, Ayada Ulufal, (2023) et al. "Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia" *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*: 19-30
- Ridha, Said Irfan. 2018" Analisis Strategi Pemasaran Produk Baitul Mal AtTamwil Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Menurut Prinsip Ekonomi Islam. Diss. UIN Ar-Raniry Banda Aceh,.
- Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019)." Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2), Shidqia;, 2022 " *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*
- Supriadi, Supriadi, and Ismawati Ismawati. (2020) "Implementasi PrinsipPrinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3.1: 41-50.
- Sutikno, Agus, 2022. et al. "Pemanfaatan Digital Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pemasaran Pandai Besi Rumbio Dengan Menggunakan Digital Marketing." *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*