

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

Cindy Maharati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah Mojokerto

Email : cindy.tualeka@gmail.com

Abstract

This research discusses the implementation of the syirkah contract in a business with the trademark "De Perfect Skincare". Syirkah is a form of partnership in Islamic law where two or more parties share capital, expertise and responsibility in a business. This research is in-depth about how the syirkah contract is applied in the context of the increasingly growing skin care business, especially under the "De Perfect Skincare" brand. Through an Islamic legal analysis approach and case studies, this research investigates the legal and practical aspects of the syirkah contract, as well as its impact on the sustainability and success of this business. The findings in this research show that De Perfect Skincare for syirkah goes through many processes that are not easy. His thinking is about a business that is supported by the concept of sharia and aims not only to achieve profits in the world, but also to be safe in the afterlife and remain within the corridors of Islamic principles. Companies that are built apply Syirkah Akad, namely syirkah that occurs because there is an agreement between two or more parties for work (charity) and/or capital (mal) to obtain profits. The conclusion is that a business system based on sharia, in this case the syirkah system, is a system that really humanizes humans, because it upholds economic principles as well as sharia principles which are of course oriented towards the common good.

Keywords: *syirkah, capital without usury, cooperation, sharia-based business*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam datang beserta dengan segala aturan dan tuntunan di dalam menjalani kehidupan. Sebagai agama yang dibawa oleh Rasul utusan terakhir bagi manusia, Islam dan syariatnya adalah paket lengkap, karena setelahnya sudah tidak ada lagi agama dan aturan lain bagi manusia. Syariat Islam melingkupi dan mengatur seluruh segi kehidupan, baik dalam tatacara ibadah manusia dengan Rabb-nya, mengatur cara manusia memperlakukan dirinya sendiri, mengatur bagaimana manusia harus memperlakukan alam sekitarnya, juga mengatur bagaimana manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Syari'ah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah) dan dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai hari akhir nanti (Antonio, 2001)

Praktek bisnis modern saat ini sangatlah dinamis, cepat sekali berubah seiring dengan laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Transaksi muamalah sudah tidak terhalang batas waktu, wilayah dan lokasi. Pasar sudah berada dalam genggaman, dan transaksi akad jual beli bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. dalam praktek muamalah yang seperti sekarang ini, tidak jarang terjadi terlanggarnya prinsip-prinsip kebolehan akad bermuamalah di dalam koridor syariat.

Dalam kondisi derasnya arus teknologi dan informasi yang demikian, ditengah-tengah masyarakat mulai tumbuh kembali kesadaran akan pentingnya untuk kembali menegaskan dan menegaskan prinsip-prinsip Islam dalam bermuamalah. Salah satu perwujudannya adalah munculnya desakan dari ummat muslim bahwa dalam segala segi kehidupan harus dilandaskan dan disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. Bahwa dalam setiap unit usaha dan setiap transaksi muamalah, harus diterapkan oleh setiap institusi. Diantara banyaknya institusi atau unit usaha modern, salah satu yang paling paling relevan untuk menerapkan prinsip syariah adalah sebuah perusahaan, baik yang memproduksi barang maupun yang bergerak dalam bidang jasa. Sebuah perusahaan adalah unit usaha yang pemiliknya bisa seorang atau lebih, yang menempatkan sejumlah modal didalam menggerakkan usaha tersebut. Sebuah perusahaan yang menerapkan prinsip syariah akan disebut perusahaan syariah, dan prinsip ini berlaku baik dalam bentuk legal formalnya maupun dalam bentuk etika dan moral pelaksanaan kegiatannya. Artinya bahwa penerapan prinsip Islam didalam sebuah unit usaha, tidak bisa terlepas dari pemahaman para pemilik usaha tersebut tentang aturan-aturan Islam yang sudah diperintahkan oleh Allah melalui Rasul-Nya.

Karakteristik muamalah di dalam Islam adalah berpegang pada prinsip perintah dan larangan Allah, yang didasarkan pada kesadaran adanya hubungan manusia dangan-Nya. Dengan kata lain, Islam telah menjadikan ide yang dipergunakan untuk membangun pengaturan urusan kaum muslimin dalam suatu masyarakat, dalam kehidupan, adalah menjadikan aktivitas perekonomian tersebut sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh hukum-hukum syariah sebagai suatu aturan agama. Islam juga telah menjadikan pengaturan urusan rakyat atau mereka yang memiliki kewarganegaraan, atau menjadikan aktivitas perekonomian tersebut, terikat dengan hukum-hukum syariah sebagai suatu perundang-undangan. Dengan itu mereka diberi kebolehan sesuai dengan apa yang telah diperbolehkan oleh Islam kepadanya. Mereka juga terikat dengan ketentuan (aturan) yang mengikat mereka. (An Nabhani, 2004).

Prinsip-prinsip keterikatan dengan hukum syariah inilah yang dianut oleh para pemilik perusahaan dan unit usaha berbasis syariah. Dimulai dengan akad permodalan sampai dengan output produk, tidak bisa terlepas dari aturan-aturan kebolehan di dalam hukum Islam. Apabila dilihat dari prinsip syariah, wujud akad kerjasama yang harus dilakukan oleh para pengusaha adalah dengan syirkah. Syirkah (Kerjasama usaha) secara bahasa bermakna penggabungan dua bagian atau lebih, yang tidak bisa dibedakan lagi satu sama lain. Menurut syariah, syirkah adalah akad(transaksi) antara dua orang atau lebih, yang bersepakat untuk melakukan kerja yang bersifat finansial dengan maksud mendapatkan keuntungan. Akad syirkah mengharuskan adanya ijab dan qabul sekaligus, sebagaimana layaknya akad yang lain. Ijab adalah salah seorang berkata kepada yang lainnya, "saya bersyirkah dengan anda dalam urusan ini." Kemudian yang lain menjawab (qobul), "saya terima." Akan tetapi tidak harus selalu memakai ungkapan diatas, yang penting maknanya sama. Artinya, dalam menyatakan ijab dan qobul tersebut harus ada makna yang menunjukkan bahwa salah satu diantara mereka mengajak kepada yang lain -baik secara lisan maupun tulisan- untuk mengadakan syirkah (Kerjasama usaha) dalam suatu urusan bisnis. Kemudian yang lain menerima akad syirkah tersebut. Karena itu sekadar bersepakat untuk bekerjasama saja masih belum dikatakan terjadi akad. Sekadar bersepakat memberikam modal untuk Kerjasama juga

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

masih belum dikatakan telah terjadi akad. Akan tetapi, akad yang dimaksud mengandung makna bersyirkah dalam suatu urusan bisnis. (An Nabhani, 2018.)

Secara etimologi syirkah berarti al-ikhtilath (percampuran) atau persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan. Seperti persekutuan hak milik atau syirkah usaha. Dalam kamus hukum, musyarakah berarti serikat dagang, kongsi, perseroan, persekutuan. (Sudarsono, 1992)

Terdapat beberapa pendapat ulama madzhab dalam mengartikan istilah syirkah. Menurut ulama Malikiyah, syirkah adalah pemberian ijin kepada kedua mitra kerja untuk mengatur harta (modal) bersama. Artinya setiap mitra memberikan ijin kepada mitranya yang lain untuk mengatur harta keduanya tanpa kehilangan hak untuk melakukan hal tersebut.

Menurut ulama Hanabilah, syirkah adalah persekutuan hak atau pengaturan harta. Pendapat lain dari ulama Syafi'iyah mengungkapkan, syirkah adalah tetapnya hak kepemilikan bagi dua orang atau lebih sehingga tidak terbedakan antara pihak yang satu dengan pihak yang lain (syuyuu'). Sedangkan, Hanafiyah mengartikan syirkah sebagai transaksi yang dilakukan dua pihak dalam hal permodalan dan keuntungan.

Para ahli ekonomi Islam, telah mendukung pentingnya peranan syirkah dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat. Hal itu semata-mata dilakukan untuk menghindari terjadinya kemandekan ekonomi yang sering terjadi akibat pemilik modal yang tidak mampu mengelola modalnya sendiri ataupun sebaliknya, mempunyai kemampuan mengelola modal tetapi tidak memiliki modal untuk memulai suatu usaha. Semua permasalahan tersebut dapat terpecahkan dalam syirkah yang dibenarkan oleh syariah Islam, sedang terkait kerangka keterbatasan modal bagi para pelaku usaha. Islam sejatinya memberikan alternatif kemitraan berupa pembiayaan tanpa riba, pembiayaan tanpa riba yang dimaksud adalah Qard al-hasan dan syirkah. Qard al-hasan adalah suatu pembiayaan yang dilakukan dengan dasar kerelaan tanpa kompensasi apapun, bentuk pembiayaan ini biasanya hanya bersifat tolong menolong dengan saling keridhaan antar pelaku usaha, dan biasanya model qard al-hasan ini dilakukan dalam jangka waktu yang pendek. Berdasarkan Sifat dari Qard al-hasan tersebut, maka syirkah lah yang bisa menjadi alternatif lain bagi umat islam didalam melakukan usaha dengan mengharapkan kompensasi keuntungan (Yusanto dan Yunus, 2009).

Salah satu praktik tolong menolong dalam bermu'amalah yaitu dengan kerjasama (syirkah). Syirkah merupakan salah satu jenis akad pencampuran. Dalam ensiklopedia fiqh muamalah syirkah atau syarikah secara bahasa pencampuran atau kemitraan antara beberapa mitra atau perseroan. Syarik adalah anggota dalam perseroan bersama mitranya untuk suatu pekerjaan atau urusan sehingga semua anggota menjadi satu kesatuan. Adapun secara istilah syirkah adalah perserikatan dalam kepemilikan hak untuk melakukan pendayagunaan harta (tasharruf). (Andri Soemitra, 2019)

Syirkah atau musyarakah berarti akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberi kontribusi dana atau mal, dengan kesepakatan bahwa risiko dan keuntungan akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan. Dengan demikian, pada akad musyarakah terdapat beberapa unsur yang saling berkaitan yaitu dana atau mal/harta, dua pihak atau lebih yang berserikat, kesepakatan/ijab-qabul, pekerjaan serta keuntungan/kerugian yang akan dibagikan (Muhamad Turmudi, 2017).

De Perfect adalah sebuah brand skincare lokal Indonesia. Yang dalam permodalan usahanya ternyata mempraktekkan sistem syirkah. Hal ini menarik peneliti untuk mengkaji lebih dalam

FADZAT Jurnal Ekonomi Syariah

Volume 3 Nomor 2 Juni 2023 ISSN 2746-7864 (Printed) ISSN 2746-7872. (Online)

bagaimana brand ini menerapkan bisnis berbasis syirkah, yang pada praktiknya sangat jarang ditemukan di negara kita ini.

B. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis pemilihan permodalan bisnis dengan sistem syirkah, pengaruhnya terhadap kinerja ekonomi dan pembagian laba.
2. Mempelajari praktek bisnis dengan sistem syirkah

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah gabungan dari penelitian kepustakaan (library research) dengan penelitian lapangan (field research). Peneliti akan mengumpulkan data teori tentang muamalah syirkah dan data yang diperoleh dari lapangan, dalam hal ini adalah brand skincare De Perfect, untuk kemudian di analisa bagaimana implementasinya dan dituliskan didalam hasil penelitian.

Proses pengambilan data adalah melalui wawancara yang mendalam dengan praktisi syirkah, yaitu para pemilik (owner) brand skincare De Perfect. Hasil wawancara dan data yang dikumpulkan akan dituliskan secara deskriptif dan terstruktur.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum tentang *De Perfect Skincare*

Merk Dagang De Perfect Skincare, dengan produk skincare-nya, di launching pada bulan Oktober tahun 2020. Dimana pada awalnya produk yang di release adalah 5 item skincare, yaitu foam cleanser, first treatment essence, revitalizing serum, brightening uv protector, dan brightening night cream, kemudian sampai saat ini di tahun 2023 sudah bertambah beberapa varian antara lain sunscreen dan ultra rich energisant essence.

Produk skincare lokal ini berbahan dasar vegan yang formulasinya digarap secara detail oleh Ifah Nurfaidah, pemilik sekaligus pemodal utama dalam usaha ini. Mulai dari pemilihan star ingredients, komposisi bahan, sampai dengan packaging, mendapat perhatian yang sangat spesifik dari formulatnya.

Demikian juga proses trial n error bagi masing-masing produk, sangat diperhatikan tahapan-tahapannya dengan tidak tergesa-gesa dan dicatat dengan rinci, sampai bisa menghadirkan produk yang benar-benar berkualitas tinggi baik dari sisi bahan bakunya yang sudah disertifikasi oleh Daebong LS di Korea Selatan, maupun tampilan packaging dari produk ini.

Dari sisi legalitas, merk dagang De Perfect Skincare juga sudah terdaftar di Ditjen HAKI, BPOM, HALAL MUI dan lebih luas lagi bahkan sudah lolos dan terdaftar pada HSA Singapore.

Data pemilik:

1. Ifah Nurfaidah
Beralamat di Sidoarjo
2. Noer Umijana (almh), yang diteruskan oleh putri beliau Zahra Nur Nadhira
Beralamat di Surabaya

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

Produk skincare ber merk De Perfect yang disyirkahkan ada 5 item:

1. Foam cleanser
2. First Treatment Essence
3. Brightening UV Protector
4. Brightening Night Cream
5. Revitalizing Serum

Implementasi Akad Syirkah Dalam Bisnis De Perfect

Kerjasama adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Karena manusia sebagai makhluk sosial yang kehidupannya akan selalu terkait dengan manusia lain. Demikian juga ketika seseorang membangun sebuah usaha, dia bisa memilih untuk membangun usaha pribadinya, ataupun juga dia bisa membentuk sebuah kerjasama usaha atau syirkah.

De Perfect Skincare dalam menjalankan bidang usahanya, memilih bersyirkah. Syirkah secara bahasa artinya adalah mencampurkan dua bagian atau lebih sedemikian rupa sehingga tidak dapat lagi dibedakan satu bagian dengan bagian lainnya. (an nabhani, 2004). Sedangkan syirkah menurut makna syariah adalah suatu akad antara dua pihak atau lebih, yang bersepakat untuk melakukan suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan (an nabhani 2004)

Dalam tinjauan hukum syariat, hukumnya syirkah adalah ja'iz atau mubah. Dengan didasarkan pada hadist antara lain:

1. Hadist Nabi Muhammad SAW berupa taqirir (pengakuan) beliau terhadap syirkah. Pada saat beliau diutus sebagai Nabi, banyak sahabat pada saat itu yang bermuamalah dengan cara bersyirkah dan Nabi pun membenarkannya.
2. Berdasarkan sabda Nabi SAW sebagaimana dituturkan oleh Abu Hurairah ra:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يُخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا

“Allah swt. berfirman: ‘Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyariat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.” (HR. Abu Daud, yang dishahihkan oleh alHakim, dari Abu Hurairah).

Perjalanan De Perfect Skincare untuk bersyirkah, dilalui dengan banyak proses yang tidak mudah. Ifah Nurfaidah (selanjutnya disebut pihak I) sebagai formulator dan pada awalnya hanya ingin membangun usaha pribadi, ternyata dalam perjalanannya Allah SWT mempertemukan beliau dengan Noer Umijana (almh, selanjutnya disebut pihak II) yang ternyata sangat mempengaruhi pemikirannya tentang sebuah usaha yang diusung dengan konsep syariat dan bertujuan tidak hanya untuk mencapai keuntungan di dunia, tetapi juga selamat di akhirat dan tetap dalam koridor prinsip-prinsip Islam. Mereka berdua memulai langkah mencari ilmu tentang usaha yang bernaung dalam konsep syariat, diawali dengan mencoba perjalanan safar untuk mencari ilmu tentang perseroan syirkah dan sekaligus saling mengenal kepribadian satu sama lain. Seperti yang dikemukakan oleh sebagian ulama:

وقال بعض العلماء: إنما سمي السفر سفراً؛ لأنه يسفر عن أخلاق الرجال، أي: يوضحها ويبينها، فإن كثيراً من الناس لا تعرف أخلاقه ولا حسن سيرته إلا إذا سافرت معه، وكان بعض القضاة من السلف إذا شهد شخص لآخر بتركيبه قال له: هل سافرت معه؟ فإن قال: لا، قال: هل عاملته؟ قال: لا، قال: إذن لا تعرفه.

Sebagian ulama berpendapat bahwa safar/bepergian dinamakan dengan istilah safar karena dengan bersafar terbuka/jelaslah akhlak seseorang. Karena sesungguhnya kita tidaklah dapat benar-benar mengenal akhlak dan baiknya budi pekerti kebanyakan orang kecuali jika kita sudah pernah safar bersamanya. Merupakan kebiasaan sebagian hakim di jaman salaf dulu apabila ada seseorang yang mengklaim/menilai/bersaksi atas baik seseorang lainnya maka mereka terlebih dahulu bertanya 'apakah anda sudah pernah safar bersamanya?' jika orang tersebut mengatakan, 'belum' maka ditanyakan padanya 'apakah anda mengenalnya?' jika dia menjawab, 'tidak'. Maka mereka akan mengatakan, 'kalau begitu anda tidak benar-benar mengenal di si falan tersebut (sehingga persaksian anda atas dirinya tidak dapat diterima)'.

فالسفر يبين أخلاق الرجال، وكم من إنسان في البلد تراه كل يوم وتشاهده ولا تعرف عن أخلاقه ومعاملاته شيئاً، فإذا سافرت معه تبين لك من أخلاقه ومعاملاته، لا سيما فيما سبق من الزمان حيث كانت الأسفار تستمر أياماً كثيرة، أما سفرنا اليوم فإنه لا يبين عن أخلاق الرجال؛ لأن السفر من الرياض إلى القصيم في الطائرة في خمس وثلاثين دقيقة. ولكن الأسفار الطويلة هي التي تبين الرجال.

Maka dengan bersafar jelaslah akhlak seseorang. Betapa banyak orang yang jika ia berada di tempat tinggal yang kita lihat dan saksikan namun kita tidak benar-benar mengetahui akhlaknya dan mu'amalahnya sedikitpun. Namun jika kita safar dengannya maka jelaslah bagi kita akhlaknya dan mu'amalahnya. Terlebih lagi di zaman dahulu yang safar memakan waktu yang sangat lama. Adapun safar kita sekarang ini, maka belumlah dapat menjelaskan akhlak seseorang. Semisal safar dari Riyadh ke Qosim dengan menggunakan pesawat terbang maka hanya memakan waktu 35 menit. Namun dengan safar yang memakan waktu lamalah yang dengannya dapat diketahui akhlak seorang".(Syarhul Mumti' 'alaa Zaadil Mustaqni' oleh Syaikh Muhammad bin Sholeh Al 'Utsaimin)

Perjalanan safar yang dilakukan pihak I dan pihak II dalam rangka mencari ilmu tentang hakikat sebuah perseroan syariah, membuahkan hasil pemikiran tentang syirkah, dan pentingnya memahami prinsip-prinsip penting di dalamnya, antara lain:

1. Para pesyirkah salah satunya harus ada yang menjalankan usaha secara langsung, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Perseroan syariah tidak boleh hanya terdiri dari kumpulan pemodal yang kemudian menggaji pihak lain untuk menjalankan usahanya.
2. Semua orang yang telah berakad syirkah, harus siap melebur menjadi satu. Mereka harus siap melebur baik dari sisi modal maupun manusianya. Mereka harus saling memahami karakter, harus saling percaya, harus saling menjaga Amanah, saling menjaga ukhuwah.
3. Apabila ada pesyirkah yang menyertakan modal dalam bentuk barang, harus siap dileburkan sehingga barang tersebut menjadi milik bersama seluruh anggota syirkah.
4. Dalam perseroan syariah, setiap persyirkah memiliki suara yang sama, walaupun modal yang disertakan berbeda-beda.
5. Seluruh pesyirkah adalah pemilik perusahaan yang memiliki tanggung jawab yang sama untuk semua bagian.

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

6. Setiap keputusan yang dibuat, harus disepakati oleh seluruh pesyirkah yang menjadi pengelola. Apabila ada satu saja anggota yang tidak setuju, maka keputusan tidak boleh dilaksanakan.
7. Apabila ada penambahan modal baru atau masuknya anggota syirkah baru, harus disetujui oleh seluruh pesyirkah. Dan aqad syirkah yang lama harus ditutup, untuk kemudian dilakukan kembali aqad syirkah yang baru.
8. Jika ada salah satu pesyirkah yang tidak setuju dalam sebuah pemufakatan, dan dia tetap kokoh dalam ketidaksetujuannya, padahal seluruh pesyirkah lain sudah mufakat, maka perseroan harus dibubarkan, dengan mengikuti ketentuan pembubaran syirkah. Jika para pesyirkah yang sebelumnya sudah mufakat ingin tetap menjalankan kesepakatannya, maka harus dibuat perseroan baru dengan akad yang baru pula.
9. Dalam perseroan syariah, status perusahaan tidak boleh bersifat tetap selamanya. Keberlangsungan perseroan syariah dikembalikan kepada kesepakatan seluruh anggota yang bersyirkah.
10. Dalam perseroan syariah, pembagian keuntungan mengikuti kesepakatan, bukan mengikuti besarnya prosentase modal yang disertakan. Namun dalam hal menanggung kerugian, pembagiannya berdasarkan atas prosentase modal yang disertakan. Untuk yang hanya terlibat dalam tenaga saja, tidak ikut menanggung kerugian, karena sudah rugi waktu dan tenaga yang telah dicurahkan untuk menjalankan perusahaan. (Dwi Condro Triono, 2020)

Dengan berbekal pada prinsip-prinsip penting di dalam bersyirkah tersebut, dapat dilihat bahwa persoalan peleburan antar anggota syirkah sangat ditekankan, khususnya yang berkaitan dengan pemufakatan, kewenangan, hak dan kewajiban di dalam perseroan. Seperti yang ditekankan oleh Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ يُونُسَ حَدَّثَنَا زُهَيْرٌ حَدَّثَنَا أَبُو الزُّبَيْرِ عَنْ جَابِرِ ح وَحَدَّثَنَا بَحْيَى بْنُ يَحْيَى أَخْبَرَنَا أَبُو خَيْثَمَةَ عَنْ أَبِي الزُّبَيْرِ عَنْ جَابِرِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ كَانَ لَهُ شَرِيكَ فِي رُبْعَةٍ أَوْ نَحْلٍ فَلَيْسَ لَهُ أَنْ يَبِيعَ حَتَّى يُؤْذِنَ شَرِيكَهُ فَإِنْ رَضِيَ أَخَذَ وَإِنْ كَرِهَ تَرَكَ

Telah menceritakan kepada kami [Ahmad bin Yunus] telah menceritakan kepada kami [Zuhair] telah menceritakan kepada kami [Abu Zubair] dari [Jabir]. (dalam jalur lain disebutkan) Telah menceritakan kepada kami [Yahya bin Yahya] telah mengabarkan kepada kami [Abu Khaitsamah] dari [Abu Az Zubair] dari [Jabir] dia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa memiliki serikat dalam suatu rumah atau sebidang kebun, maka dia tidak berhak menjualnya sebelum mendapatkan izin dari serikatnya. Jika mau ia bisa membelinya, jika mau ia juga bisa meninggalkannya (tidak membelinya)." [Muslim] no 3016

Pembentukan usaha perseroan syariah, bisa dikategorikan sah apabila telah terpenuhi rukun dan syaratnya syirkah. Rukun syirkah yang pokok ada 3 (tiga) yaitu (Al-Jaziri, 113136; Al-Khayyath, 11382; Al-Khayyath, 113813) :

1. Wajib ada dua pihak yang berakad ('aqidani). Syaratnya harus memiliki kecakapan (ahliyah) melakukan tasharruf (pengelolaan harta).
2. Wajib ada obyek akadnya (mahal al-aqdi). Dapat disebut juga sebagai ma'qud 'alayhi atau yang mencakup pekerjaan (amal) dan atau modal (mal).
3. Wajib adanya sighth akad, yaitu ucapan ijab dan kabul.

Adapun syarat sahnya akad ada 2 yaitu: (An-Nabhani, 2004)

1. Obyek akadnya berupa tasharruf, yaitu perbuatan atau perkataan yang mempunyai akibat hukum. Contohnya adalah: menerima barang (perbuatan) atau mengadakan akad jual beli (perkataan).
2. Obyek akadnya dapat diwakilkan (qabilun li al wakalah), agar dapat dikelola oleh mudhorib (pengelola), sehingga keuntungan syirkah menjadi hak bersama diantara para syarik (mitra usaha)

Secara garis besar, sesungguhnya syirkah dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu (Al-Jaziri, 113136; Al-Mushlih, 2004):

1. Syirkah Amlak, yaitu syirkah yang berasal dari kepemilikan bersama dari dua pihak atau lebih atas suatu barang yang diperoleh melalui salah satu sebab kepemilikan, seperti hibah, jual beli, waris, dll.
2. Syirkah Akad, yaitu syirkah yang terjadi karena adanya akad antara dua pihak atau lebih dalam pekerjaan (amal) dan atau modal (mal) untuk memperoleh keuntungan.

Adapun yang diambil oleh pihak I dan pihak II di dalam perseroan usaha ini adalah syirkah uqud/akad.

Syirkah akad terbagi menjadi 5 jenis syirkah, yaitu:

1. Syirkah Inan

Syirkah inan adalah syirkah dua badan (orang) dengan harta masing-masing. Artinya masing-masing pesyirkah memberi kontribusi kerja (amal) dan modal (mal) sekaligus. Dalam syirkah ini, disyaratkan modalnya harus berupa uang. Sedangkan untuk modal yang berupa barang, tidak boleh dijadikan modal syirkah kecuali barang tersebut telah dihitung nilainya pada saat akad. Pembagian keuntungan adalah berdasarkan kesepakatan, sedangkan apabila terjadi kerugian harus ditanggung masing-masing berdasarkan porsi modalnya.

2. Syirkah ‘Abdan

Syirkah ‘abdan adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang masing-masing hanya memberikan kontribusi kerja (amal) tanpa kontribusi modal (mal), baik kerja itu berupa pemikiran ataupun kerja fisik. Contohnya pekerjaan tukang kayu, tukang batu, supir, pemburu, nelayan dan sebagainya. Dalam syirkah abdan tidak disyaratkan adanya kesamaan profesi atau keahlian, namun disyaratkan bahwa pekerjaan yang dilakukakan merupakan pekerjaan halal. (an nabhani 2004)

3. Syirkah Mudhorobah

Syirkah mudhorobah adalah Kerjasama antara badan dengan harta. Artinya satu pihak memberikan kontribusi berupa kerja (amal) sedangkan pihak lain memberikan kontribusi modal (mal).

Syirkah mudhorobah ini memiliki 3 model:

- a. Syirkah mudhorobah model 1 adalah syirkah antara dua pihak, yang mana pihak pertama akan bertindak sebagai pemodal, sedangkan pihak kedua akan bertindak sebagai pengelola modal (mudhorib).
- b. Syirkah mudhorobah model 2 adalah syirkah antara dua pihak, dimana pihak pertama memberikan kontribusi tenaga dan modal, sedangkan pihak kedua hanya memberikan modal saja.
- c. Syirkah mudhorobah model 3 adalah syirkah antara pihak pertama yang akan memberikan kontribusi modal dan kerja sekaligus, sedangkan pihak kedua hanya akan

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

memberikan kontribusi modal, tanpa kontribusi kerja, namun pihak pemodalnya ada beberapa orang.

Dalam syirkah mudhorobah, pembagian keuntungan harus sesuai dengan kesepakatan antara pemodal dan pengelola. Sedangkan apabila terjadi kerugian, hanya akan ditanggung oleh pemodal saja karena didalam mudhorobah berlaku akad wakalah. Dalam ketentuan wakalah, seorang wakil tidak menanggung kerusakan harta atau kerugian atas dana yang telah diwakilkan kepadanya (An-Nabhani, 2004). Namun demikian pengelola modal turut menanggung kerugian, jika kerugian itu terjadi karena kesengajaannya atau karena melanggar syarat-syarat yang ditetapkan oleh pemodal (Al-Khayyat, 11382)

4. Syirkah Wujuh

Syirkah wujuh adalah syirkah antara dua badan dengan modal dari pihak diluar kedua badan tersebut. Artinya salah seorang memberikan modalnya kepada dua orang atau lebih yang bertindak sebagai mudhorib. Keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak. (An Nabhani, 2004)

5. Syirkah Muwafadah

Syirkah Mufawadhah adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang menggabungkan semua jenis syirkah yang telah disebutkan diatas (An Nabhani, 2004; Al-Khayyat, 11382). Syirkah mufawadhah dalam pengertian ini hukumnya adalah boleh (jaiz). Sebab, setiap jenis syirkah yang sah Ketika berdiri sendiri, maka sah pula Ketika digabungkan dengan berbagai jenis syirkah lainnya (An Nabhani, 2004)

Setelah diperoleh kesepakatan tentang konsep usaha syirkah, maka langkah selanjutnya yang diambil sebelum melaksanakan akad syirkah diantara kedua orang tersebut, adalah saling memperkenalkan antar keluarga masing-masing pihak yang akan bersyirkah, dalam hal ini, keluarga dari Ifah Nurfaidah beserta suami dan anak-anaknya dan keluarga Noer Umijana (almh) beserta suami dan anak-anaknya. Sesuai dengan keharusan mereka untuk saling memahami karakter, saling percaya, menjaga amanah diantara keduanya. Sehingga hubungan bisnis dengan kedua orang tersebut harus juga diketahui dan difahami prosesnya oleh keluarga masing-masing.

Kedua belah pihak kemudian memutuskan berakad syirkah mudhorobah II, dimana pihak I sebagai pemodal sekaligus pengelola, dan pihak II hanya sebagai pemodal saja. dimana pihak I sebagai pemilik formulasi mempunyai modal yang lebih besar prosentasenya, 70%-30%. Pihak II hanya mengikutkan modalnya karena beberapa pertimbangan. Sampai beberapa waktu usaha berjalan sesuai dengan kesepakatan yang demikian.

Perjuangan kedua belah pihak untuk mengantarkan bisnis mereka menjadi bisnis yang tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga berorientasi pada manfaat bagi orang-orang terdekat yang membutuhkan lapangan pekerjaan, membuat pihak I dan pihak II tidak berhenti untuk belajar dan mengembangkan ilmunya.

Dalam hal penjualan, De Perfect menetapkan sistem agen dan reseller, dengan prosentase keuntungan yang sudah disepakati bersama. Kesepakatan prosentase tersebut berlaku untuk seluruh agen dan reseller dimana saja, baik di dalam negeri maupun yang berada di luar negeri. Selain kesepakatan tentang prosentase, De Perfect juga menetapkan kesepakatan minimal repeat order yang harus dipenuhi oleh agen dan reseller. Hal ini adalah untuk mencapai tujuan bisnis yaitu profit bagi pemilik usaha, sekaligus profit bagi mitra usaha, dalam hal ini agen dan reseller. Timbal balik ini adalah salah satu upaya untuk mencegah terjadi kedzoliman dalam sistem

penjualan De Perfect, dan juga sebagai upaya untuk meningkatkan kehidupan perekonomian agen dan reseller yang terlibat di dalam bisnis ini, secara adil, jujur dan saling ridho.

Tentang *product knowledge*, agen dan reseller De Perfect diberikan fasilitas edukasi tentang produk secara langsung dari formulator sekaligus owner De Perfect. Edukasi ini sangat penting supaya agen dan reseller mengenal terlebih dahulu produk De Perfect, memahami dan mampu mengenalkan produk dengan spesifik, jujur, jelas dan tidak overclaim kepada konsumen.

Agen dan reseller dibebaskan untuk berjualan dengan media apa saja yang mereka bisa lakukan, dengan syarat, tidak terjadi pelanggaran syariat di dalam prosesnya. Boleh berjualan offline, yang langsung berhadapan dengan konsumen. Boleh melalui platform-platform digital marketing yang dimiliki. Bisa juga melalui marketplace yang banyak sekali pilihannya saat ini.

Pada awal peluncuran produknya, ratusan pihak tertarik dan ingin menjadi agen maupun reseller. Tetapi pada akhirnya, yang mau dan mampu bergabung bisa dihitung dengan jari. Semuanya gugur karena merasa bahwa sistem yang diterapkan oleh De Perfect terlalu berat untuk mereka jalankan pada masa sekarang. Banyak aturan syariah yang dirasakan berat untuk dipenuhi oleh para calon agen reseller. Antara lain, tidak boleh memakai modal ribawi, tidak akan diberlakukan sistem reward karena khawatir akan terjadi persaingan yang tidak sehat, bagi calon agen reseller yang wanita, harus mendapat ijin dan ridho dari suami untuk berjualan, harus punya motivasi yang kuat sehingga target repeat order bisa dijalankan.

Seiring berjalannya waktu, pihak I dan pihak II bersepakat memperbaharui akad syirkah mereka dengan merubah jenis syirkah dari mudhorobah II menjadi syirkah Inan. Yang artinya pihak I dan pihak II sama-sama berposisi sebagai pemodal sekaligus pengelola. Pihak II yang awalnya hanya pemodal, mulai turun campur tangan dalam mengelola bisnis yang mereka jalankan. Dimana pihak I mempunyai tanggung jawab akan keberadaan produk, mulai dari formulasi, packing, ketersediaan produk yang hubungannya dengan produksi, sedangkan pihak II akan bekerja di bidang penjualan dan periklanan. Dengan prosentase kerja 50:50. Artinya kedua belah pihak bekerja dengan porsi yang sudah disepakati bersama.

Manusia berencana, Allah yang lebih baik rencana-Nya. Di bulan ke 10 setelah launching produk, De Perfect ditinggalkan oleh salah satu pemiliknya. Noer Umijana dipanggil Allah berpulang pada bulan Juli 2021. Wanita yang menginspirasi sehingga bentuk bisnis De Perfect ini menjadi sebuah syirkah, telah pergi dengan membawa banyak sekali rancangan gagasan dan ide-ide untuk pengembangan usaha De Perfect ke depannya.

Bentuk syirkah bukanlah bentuk tetap yang tidak bisa berubah. Ada beberapa hal yang dapat membatalkan atau menunjukkan berakhirnya akad syirkah secara umum yaitu:

- a. Salah satu pihak mengundurkan diri, karena menurut para ahli fiqh, akad syirkah itu tidak bersifat tetap dalam arti boleh dibatalkan.
- a. Salah satu pihak yang berserikat meninggal dunia
- b. Salah satu pihak kehilangan kecakapannya bertindak hukum, seperti gila yang sulit disembuhkan
- c. Salah satu pihak murtad (keluar dari agama Islam) dan melarikan diri ke negeri yang berperang dengan negeri muslim karena orang seperti ini dianggap sebagai sudah wafat. Masing-masing pihak bisa membatalkan syirkah kapan pun dia menghendaki, jika salah satu pihak meninggal, maka syirkah ini batal. (Harun, 2017)

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

Dalam kejadian yang dialami oleh De Perfect, berpulangnya salah satu syarik, dalam hal ini pihak ke II, bisa dikatakan menyebabkan berakhirnya akad syirkah yang terjadi antara pihak I dan pihak II. Untuk menyikapi kondisi yang demikian, Langkah yang diambil pihak I adalah menghubungi pihak keluarga almarhumah, selaku ahli waris, dalam hal ini suami dan putri pertama pihak II, yang memang mereka sudah mengetahui adanya akad syirkah antara pihak I dan pihak II.

Selanjutnya diputuskan oleh putri pertama pihak II bahwa syirkah yang telah diadakan oleh almarhumah pihak II akan diteruskan olehnya sebagai ahli waris. Dengan demikian akad yang lama sudah dibatalkan, untuk kemudian kembali dibuat akad baru antara pihak I dengan putri pihak II sebagai pesyirkah, dengan tetap melakukan perjanjian syirkah inan.

Dalam pengelolaannya, pihak I dan putri pihak II (selanjutnya akan disebut pihak II), menggaji seorang Direktur Pelaksana, untuk mengerjakan operasional usaha. Direktur pelaksana ini dalam bekerja mendapatkan gaji dari kedua pesyirkah dengan komposisi jumlah nominal sesuai dengan prosentase modal kedua belah pihak. Semisal gaji direktur sebesar 5.000.000, maka pihak I menanggung sebesar 70% dari 5.000.000, dan pihak II menanggung sebesar 30% dari 5.000.000 tersebut. Pihak I dan pihak II tidak mendapatkan gaji, tetapi mendapatkan bagi hasil dari keuntungan penjualan, yang jumlahnya sesuai dengan kesepakatan.

Perubahan dalam kehidupan adalah sebuah keniscayaan, demikian juga perubahan dalam bisnis. Perjanjian syirkah inan yang sudah disepakati, harus kembali dirombak. Disebabkan karena kondisi pihak II yang tidak memungkinkan untuk aktif dalam pengelolaan, dan oleh karenanya pihak II merasa kuatir akan mendzolimi pihak I apabila dia tidak bisa memenuhi kesepakatan dalam hal pengelolaan, maka pihak II mengajukan permintaan untuk kembali kepada akad syirkah mudhorobah II, dimana pihak II hanya sebagai pemodal saja tanpa ikut dalam pengelolaan.

Untuk hal ini, pihak II bersepakat untuk menurunkan prosentase bagi hasil bagi dirinya, dari yang semula 70% untuk pihak I dan 30% untuk pihak II, menjadi 75% untuk pihak I dan 25% untuk pihak II. Apakah hal yang demikian ini adil untuk para pesyirkah, kembali kita ingat bahwa di dalam perseroan syariah, pembagian keuntungan adalah mengikuti kesepakatan, bukan mengikuti besarnya prosentase modal yang disertakan. Sedangkan pihak I, walaupun mempunyai prosentase modal lebih besar, tetapi dalam semua keputusannya tentang bisnis De Perfect, tetap melibatkan pihak II untuk memperoleh kesepakatan.

Sampai saat ini, bisnis skincare De Perfect baru berjalan di tahun ke tiga. Banyak sekali kehati-hatian yang harus dijaga oleh pihak I dan pihak II agar bisnis ini, mulai dari sisi permodalan, produk, penjualan sampai pada keuntungan tetap berada di koridor syariah yang jelas halal haramnya dan tetap santun dalam adab bermuamalah. Terlebih lagi adalah upaya untuk tetap bisa menjaga keridhoan dan keikhlasan diantara pihak I dan pihak II, dengan terus menerus belajar dan focus pada tujuan hidup manusia, yaitu kembali kepada Allah Maha Pencipta dengan sebaik-baik bekal dan sebaik-baik iman.

E. KESIMPULAN

Membangun bisnis yang berpegang pada prinsip-prinsip syariat sekaligus tetap bersandar pada qimah bisnis yang adalah profit oriented memang sebuah hal yang penuh tantangan di jaman sekarang ini. Banyak pokok penting harus dipegang teguh oleh masing-masing pihak yang terlibat

di dalamnya, dengan prinsip keridhoan, keikhlasan. Tentang keridhoan dan keikhlasan ini, tidak sesederhana yang kita bayangkan. Banyak sekali tantangan yang akan muncul, terutama dari dalam diri pesyirkah sendiri. karena sebagai manusia, Ketika dihadapkan dengan bisnis yang semakin besar dan luas, dengan keuntungan yang semakin berlipat, maka disitulah ujian terbesar bagi keridhoan dan keikhlasan diantara pihak-pihak yang bersyirkah.

Seperti yang tertulis dalam Al Qur'an Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Prinsip saling ridho diantara pihak-pihak yang bersyirkah adalah yang paling utama. Ketika sebuah akad tidak bisa dipertahankan, maka sebuah syirkah bisa dibubarkan, atau dibuat akad baru yang lebih sesuai dengan keinginan dan kesanggupan pihak-pihak yang terlibat. Itulah yang terjadi pada praktek syirkah De Perfect. Komunikasi yang terbuka dan saling ridho diantara pesyirkah untuk memperoleh jalan keluar yang terbaik bagi usahanya, namun tetap pada tujuan sebuah bisnis yaitu profit oriented, dijalankan dengan penuh kehati-hatian.

Manfaat lain praktek syirkah bagi kinerja ekonomi secara umum antara lain adalah bisa membuka peluang bagi pihak yang tidak mempunyai modal, tetapi mempunyai tenaga, kemampuan, ketrampilan, kecerdasan, pengalaman dsb, untuk bisa bergabung menjadi pemilik sebuah usaha. Tentunya dengan didahului proses kesepahaman dan komitmen diantara para pesyirkah.

Dengan diterapkannya sistem syirkah, maka praktek monopoli dalam sebuah bisnis bisa dieliminasi, karena adanya sistem perhitungan suara berdasarkan manusianya, bukan berdasarkan besar modalnya.

Bisa kita simpulkan bahwa sistem bisnis yang berlandaskan syariah, dalam hal ini sistem syirkah, adalah sebuah sistem yang sangat memanusiakan manusia, karena di dalamnya dijunjung tinggi prinsip-prinsip ekonomi sekaligus prinsip-prinsip syariat yang tentunya berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Demikian semoga bisa menjadi sumber acuan pemikiran dan pertimbangan bagi para pengusaha muslim yang ingin berbisnis dengan melakukan syirkah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, I., Pujiasmanto, B., Yudana, G., & Sugiarti, R. (2020). Pengembangan Kawasan Pertanian: Pendekatan Spasial Pola Hulu Hilir Pertanian Padi. Yayasan Kita Menulis.
- Aprizal, S. (2018). Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Penjualan Komputer (Vol. 1). Makassar: Celebes Media Perkasa.

Implementasi Akad Syirkah Pada Usaha Dengan Merk Dagang De Perfect Skincare

- Al-Jaziri, Abdurrahman, 1996. *Al Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah. Juz III*. Cetakan Pertama. Beirut, Libanon: Darul Fikr,
- Al-khayyath, Abdul Aziz, 1982. *Asy-Syarikat fi asy-Syari'ah al-Islamiyah wa al-Qanun al-Wadh'i. Mua'ssarah ar-Risalah*, Beirut, Libanon.
- Al-Mushlih, Abdullah dan Shalah Ash Shawi, 2004. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam. Terjemahan Abu Umar Basyir*. Cetakan Pertama. Jakarta: Darul Haq.
- An-Nabhani, Taqyuddin, 2004. *Nizamul-Iqtisady fil-Islam*. Cet. VI. Beirut, Libanon: Daarul Ummah
- Andri Soemitra, 2019. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqih Muamalah*. h. 97. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001. *Bank Syariah - Dari Teori Ke Praktik*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gema Insani Press.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- Dwi Condro Triono. *Rekonstruksi Bank Syariah dan BMT*. Yogyakarta: Daaruts Tsaqofi. 2020.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1–20.
- Griffin, J., & Herres, R. T. (2002). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass San Francisco, CA.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2005). *Business*. Pearson/Prentice Hall.
- Harun, 2017. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hurriyati, R., & Sofyani, S. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Corporate Image PT Bank Negara Indonesia, Tbk. *Strategic: Jurnal Pendidikan ManajemenBisnis*, 10(1), 63–75.
- Junaedi. (2015). *Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura*. Yogyakarta: Deepublish.
- KDPDTT, B. (2018). *Manfaat Dana Desa di Provinsi Kalimantan Timur*. Kementerian Desa PDT dan Transmigrasi.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Australia.
- Muhamad Turmudi, 2017. *Implementasi Akad Percampuran dalam Hukum ekonomi syariah*, *Jurnal Al-'Adl*, Vol. 10 No. 2, h. 36.
- Melewar, T. C., & Alwi, S. F. S. (2017). *Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice*. Taylor & Francis.
- Mukherjee, S. (2005). *Organisation & Management And Business Communication*. New Age International (P) Limited.
- Payangan, O. R. (2014). *Pemasaran jasa pariwisata*. PT Penerbit IPB Press. Poernomo, D. (2015). *Usaha Mikro Batik Madura*. Griya Pandiva.
- Powa, G. A., Lopian, S. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Putong, I., & Hidayat, C. (2015). *KEPEMIMPINAN: Kajian Teoritis dan Praktis*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=g6hxBgAAQBAJ>
- Rishi, B. (2015). *Islamic Perspectives on Marketing and Consumer Behavior: Planning, Implementation, and Control: Planning, Implementation, and Control*. IGI Global.
- Sandıkcı, Ö., & Rice, G. (2011). *Handbook of Islamic Marketing*. Edward Elgar Publishing, Incorporated.

FADZAT Jurnal Ekonomi Syariah

Volume 3 Nomor 2 Juni 2023 ISSN 2746-7864 (Printed) ISSN 2746-7872. (Online)

- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh service quality, marketing mix dan kepuasan mahasiswa terhadap customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 1–15.
- Sugiyarti, G. (2015). Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang). *Serat Acitya*, 4(2), 110.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarsono, 1992. *Kamus Hukum*. Cet. ke-1, h. 285. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka.
- Verma, A. K., Ajit, S., & Muruva, H. P. (2015). *Risk Management of Non-Renewable Energy Systems*. Springer International Publishing.
- Widjaja, M. (2013). *An Economic and Social Review on Indonesias Direct Cash Transfer Programto Poor Families in 2005*. Institute of Economic and Social Research, Faculty of Economics, University
- Wijaya I.B.T., M. M. (2013). *Lifestyle Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yusanto, F. (2019). *Loyalitas Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syaikh Muhammad bin Sholeh Al ‘Utsaimin. *Asy-Syarhul Mumti’ ‘alaa Zaadil Mustaqni’* hal. 295/II, Beirut Lebanon: Al Kitab Al ‘Alimi
- Yusanto, Ismail dan Arif Yunus. 2009. *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al Azhar Press