

Analisis Budaya dalam Pembelian Perabotan Rumah Tangga secara Kredit Pada Keluarga Mampu di Desa Buatan II menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Afdhol Rinaldi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru

*Email : afdhol.rinaldi@uin-suska.ac.id

Anisa Safitri

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru

Email : anisafitri4@gmail.com

ARTICLE INFO :

Keywords :

Culture;
Credit;
Rich Family

Article History :

Received :2023-06-07
Revised : 2023-08-23
Accepted :2023-09-18
Online :2023-09-30

ABSTRACT

This research is motivated by the large number of well-off families who still buy household furniture on credit in Artificial Village II. This makes researchers interested in researching further the reasons why families are able to still buy goods on credit. The problem studied is how cultural factors influence the purchase of household furniture on credit among well-off families and what is the opinion of Sharia Economics regarding rich families who use credit to buy furniture for their homes. Field research uses qualitative field methods The data required for this situation is the buyer (well-off family) and seller who completed the credit trade exchange in Artificial Village II. Observations, interviews and documentation were used to obtain data. Analysis of qualitative descriptive data from this research reveals that cultural factors are the main reason why people in Artificial Village II can buy household furniture on credit. Many people in Artificial Village II do not understand what cultural factors exist in society, so without realizing it, culture is the main cause of people buying goods on credit. Islam does not forbid this strategy of buying and selling on credit because it can make it easier for people to get the goods they need because they don't need to spend money for it. That the support and conditions framed by Islam should be adhered to in carrying out trade exchanges to ensure harmony between associations and arrangements without any pressure.

PENDAHULUAN

Kehidupan Manusia Modern Semakin hari semakin kompleks. Ini pasti sangat berpengaruh pada kebutuhan untuk hidup dan gaya hidup yang sarat dengan perubahan. Persaingan ada di mana-mana, seperti di tempat kerja, untuk mendapatkan status atau gelar tertentu, dan tentu saja, untuk menjalani gaya hidup yang ideal. Mengingat mereka terus-menerus berkomunikasi dengan lingkungannya, maka masuk akal jika makhluk sosial adalah manusia dengan keinginan dan kebutuhan untuk dipenuhi. Dalam ekonomi syariah, pembiayaan adalah istilah untuk kredit. Pendanaan diberikan kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan, baik oleh pihak tersebut sendiri maupun oleh lembaga. Sesuai dengan peraturan perbankan, pemberian uang atau tagihan yang setara dengan uang disebut sebagai pembiayaan, dan ini didasarkan pada perjanjian antara bank dan pihak lain yang memiliki kewajiban untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut dalam periode tertentu, dengan imbalan berupa imbalan atau pembagian keuntungan. Sebaliknya kredit adalah penjualan yang memerlukan pembayaran secara angsuran. Pembeli dapat mengambil kepemilikan atas barang atau jasa yang dibeli dengan membayar uang muka dan deposit bulanan. Perusahaan menetapkan ketentuan



This is an open access article under the [CC BY- SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Corresponding Author : Afdhol Rinaldi

untuk setiap pengajuan pembelian kredit. Perusahaan akan menagih tagihan sesuai waktu dan jumlah nominal yang disepakati saat proses penjualan kredit terjadi. Sedangkan istilah jual beli barang dengan menggunakan metode pembayaran secara berangsur-angsur lebih dikenal oleh masyarakat dengan istilah kredit.

Tingkat penyaluran kredit akan terus meningkat menunjukkan peningkatan tahunan dalam konsumsi masyarakat. Salah satu kategori kredit konsumsi yang sedang meningkat dimasyarakat adalah kredit perabotan rumah tangga; dengan kata lain, lembaga pembiayaan membantu masyarakat mendapatkan kredit perabotan rumah tangga. Jika pelanggan memenuhi syarat yang digunakan oleh perusahaan atau lembaga, mereka dapat menerima penjualan kredit. Kredit yang diberikan oleh perusahaan kredit didasarkan pada keyakinan bahwa penerima kredit akan memulangkan pinjaman sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Namun, menurut Syaifullah dalam Perdagangan dengan cara kredit menurut syariat Islam diperbolehkan dengan memperhatikan beberapa keadaan yang harus dipenuhi, antara lain memperbolehkan kewajiban dengan pengakuan atau bagian-bagian untuk kerangka perjanjian di awal dengan pemahaman, tanpa bunga, tanpa gharar, tanpa riba, selain itu. Oleh karena itu, akhlak bisnis dalam Islam yang dicontohkan Rasulullah SAW pada umumnya menerapkan standar-standar bisnis, misalnya sidiq, amanah, tabligh, dan fatanah, serta keutamaan dan keadilan (Djamil, 2023).

Menurut Sumarwan budaya didefinisikan sebagai penyebab keinginan dan prilaku seseorang yang paling dasar. Budaya setiap kelompok atau masyarakat berbeda, dan bagaimana budaya memengaruhi prilaku pembelian sangat beragam. Menurut Kotler dan Armstrong, mereka menjelaskan bahwa kebudayaan adalah rangkaian nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh individu dari lingkungan mereka, baik itu dari keluarga maupun lembaga formal lainnya. Kebudayaan berfungsi sebagai panduan perilaku. Dalam konteks faktor kebudayaan ini, pemasar perlu memahami dampaknya pada konsumen, yang mencakup budaya, subkultur, dan kelas sosial. Kebudayaan adalah sesuatu yang dipelajari, bukan sesuatu yang berasal dari gen. Namun, kompleksitas masyarakat modern mengharuskan budaya jarang memberikan pedoman komprehensif mengenai perilaku yang dapat diterima. Kondisi yang memungkinkan adanya pembatasan yang relatif longgar terhadap perilaku individu dan pengaruh keluarga dan media terhadap fungsi budaya merupakan pendorong utama budaya. Kemudian, kebudayaan memberi sistem didalamnya cara hidup individu dan keluarga diorganisasikan. Aturan sederhana yang menentukan atau melarang perilaku tertentu disebut norma, yaitu batasan perilaku. Nilai budaya merupakan keyakinan yang dianut yang dijunjung tinggi dan menunjang apa yang diinginkan. Norma-norma tersebut diimplementasikan dalam nilai-nilai budaya.

KAJIAN LITERATUR

A. Teori Budaya

Menurut Kotler dan Armstrong mengartikan budaya sebagai sekumpulan nilai-nilai, kepercayaan, tradisi, harapan, dan tindakan yang dipelajari oleh individu dalam masyarakat melalui berbagai sumber, termasuk keluarga atau lembaga formal, dan ini berfungsi sebagai panduan perilaku mereka. Karena budaya memengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia, maka aspek eksternal ini menjadi faktor paling mendasar yang memengaruhi keinginan dan tindakan seseorang.

B. Kredit

Menurut Mulyadi, bisnis melakukan pembelian kredit dengan mengirimkan barang sesuai dengan permintaan pembeli dalam jangka waktu tertentu dan memberikan tagihan kepada pembeli tersebut. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, kredit diartikan sebagai penyaluran uang atau tagihan yang disamakan dengan uang melalui kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan peminjam. Dalam perjanjian ini, peminjam diwajibkan untuk membayar utangnya beserta bunga dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

C. Budaya

Kebudayaan dapat diartikan sebagai hasil kreativitas manusia yang diwariskan secara turun-temurun, yang mempunyai pengaruh besar terhadap cara anggota masyarakat bertindak dalam kehidupan sehari-hari. Ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat istiadat masyarakat, kebiasaan, dan norma merupakan bagian dari kebudayaan yang merupakan suatu hal yang kompleks. Kotler menyatakan bahwa komponen sosial adalah komponen utama yang mempengaruhi perilaku dinamis. Variabel sosial adalah faktor paling penting yang memengaruhi keinginan dan perilaku untuk memperoleh nilai, wawasan, kecenderungan, dan perilaku dari



organisasi penting lainnya. Unsur-unsur sosial mencakup budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Kelas sosial, budaya, dan subbudaya semuanya memainkan peran penting dalam perilaku konsumen. Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling penting. Generasi muda yang sedang berkembang mendapatkan banyak nilai, wawasan, kecenderungan, dan cara berperilaku dari keluarga dan organisasi mereka yang berbeda.

D. Jual Beli Kredit

Transaksi jual beli dalam konteks fiqh dikenal sebagai "al-bai," yang merujuk pada tindakan menjual, menukar, atau menggantikan sesuatu dengan barang sebanding sesuai dengan metode yang dianggap sah. Dalam bahasa Indonesia, "jual beli" adalah langkah pertukaran antara barang dengan barang lainnya melalui metode tertentu. Penggunaan jasa serta instrumen pertukaran seperti uang juga masuk dalam kategori ini. Penjualan kredit adalah penjualan yang memerlukan pembayaran secara angsuran. Pembeli dapat mengambil kepemilikan atas barang atau jasa yang dibeli dengan membayar uang muka dan angsuran bulanan. Perusahaan menetapkan ketentuan untuk setiap pengajuan pembelian kredit. Setelah transaksi kredit terjadi, akan muncul utang, dan dalam konteks perusahaan, mereka akan mengenakan biaya sesuai dengan jangka waktu dan jumlah yang telah disepakati

E. Dasar Hukum Jual Beli Kredit

Sebagaimana dalam firman Allah Q.S Al-Baqarah ayat 282 dan Hadist riwayat Aisyah ra: "dari Aisyah ra, berkata' Burairah menebus dirinya dari majikannya dengan membayar Sembilan awaq setiap tahun, dan ini merupakan pemyaran secara kredit"

Berdasarkan pendapat diatas dapat dipahami bahwa mayoritas para ulama itu memperbolehkan terjadinya transaksi jual beli secara kredit, karena jua beli dengan sistem kredit merupakan bagian dari cara untuk mendapatkan keuntungan. Asalkan tempo atau waktu dalam pembayaran telah ditentukan dan jumlah pembayaran telah ditentukan sesuai kesepakatan. Namun semuanya tergantung dengan bagaimana transaksinya, kejelasan (transparan) dan tidak merugikan antara kedua belah pihak.

F. Keluarga Mampu

Keluarga mampu adalah keluarga yang memiliki ekonomi yang bagus, biasanya seseorang mengukur mampu atau tidaknya sebuah keluarga dari status ekonomi keluarga tersebut, atau seseorang bisa mengukur mampu atau tidaknya keluarga tersebut dari pekerjaan. Status sosial pada ekonomi keluarga ini pada setiap lingkungan masyarakat dengan sengaja atau tidak sengaja terbentuk dengan sendirinya. Tingkat kehidupan keluarga yang ekonomi rendah berbeda sekali dengan ekonomi keluarga yang tinggi. Jika keluarga yang berekonomi rendah akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya sedangkan keluarga yang berekonomi tinggi akan mengalami kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya

G. Ekonomi Syariah

Pengertian syariah adalah pedoman dan peraturan yang telah diilustrasikan oleh Allah SWT, atau dibingkai oleh suatu hal yang pokok dan memaksa umat Islam untuk tunduk padanya, maka syariah ini dimaknai oleh umat Islam sebagai penghubung antara mereka dengan Allah dan di antara orang-orang yang berbeda. Ekonomi syariah tidak hanya berorientasi untuk pembangunan fisik-material dari individu, masyarakat dan negara saja. Melainkan juga memperhatikan pembangunan aspek-aspek lain yang juga merupakan elemen penting bagi kehidupan yang sejahtera dan bahagia. Pembangunan keimanan adalah fondasi bagi seluruh perilaku individu dan masyarakat. Jika keimanan seseorang kokoh dan benar, yaitu memegang Islam secara kaffah, maka niscaya muamalah akan baik pula

METODE

A. Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian semacam ini. Pemeriksaan ini menggunakan premis hipotetis sebagai alasan untuk mengeluarkan informasi yang diperlukan mengingat realitas yang ada di lapangan untuk melakukan penyelidikan dan mencapai penentuan. Menurut Sugiyono, informasi subjektif merupakan perkembangan data yang berasal dari hasil penelitian melalui pertemuan langsung dan pengumpulan dokumentasi. Data yang diperlukan dalam situasi ini mencakup informasi mengenai konsumen yang terlibat



dalam transaksi kredit saat membeli perabotan rumah tangga di Desa Buatan II, Kecamatan Koto Gasib, Kabupaten Siak.

B. Lokasi Penelitian

Sebuah penelitian tentunya harus memiliki tempat atau lokasi yang akan dijadikan wilayah penelitian oleh seorang peneliti. Oleh karena itu Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini subyek yang dipilih oleh peneliti yaitu keluarga yang mempunyai ekonomi menengah keatas yang masi membeli barang perabotan rumah tangga secara kredit. Pada dasarnya masyarakat yang masi membeli perabotan rumah tangga secara kredit tidak menyadari faktor budaya menjadi salah satu penyebab masyarakat masi membeli barang secara kredit.

D. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan adalah data kualitatif yang berasal dari orang-orang yang terlibat dalam objek dan studi kepustakaan dan menghasilkan deskripsi dalam bentuk pidato atau tulisan.

2. Sumber Data

Data yang dikumpulkan melalui survei lapangan dan metode pengumpulan data awal dikenal sebagai sumber data primer. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam pemeriksaan ini adalah pembeli perabotan rumah tangga dengan menggunakan pinjaman dari keluarga kaya di Desa Buatan II

Pengertian dari “data sekunder” yaitu sebagian informasi yang didapatkan pada penelitian ini, khususnya melalui penelitian kepustakaan dan pengumpulan informasi dari literatur yang relevan, seperti jurnal dan artikel yang berkaitan dengan judul penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah observasi langsung terhadap operasi bisnis yang berkaitan dengan isu pemberian kredit kepada keluarga dalam pembelian perabotan rumah tangga

b. Wawancara

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, yang melibatkan interaksi langsung dan pertanyaan lisan. Ini dilakukan dengan mewawancarai keluarga yang memiliki kemampuan finansial dan terlibat dalam transaksi kredit untuk pembelian perabotan rumah tangga.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah langkah penggalan informasi mengenai topik atau variabel tertentu melalui catatan, buku, koran, majalah, jadwal, dan materi lain yang terkait dengan subjek penelitian. Strategi dokumentasi dimanfaatkan untuk mengumpulkan informasi tentang contoh desain situasi lokasi yang berisi data dan klarifikasi serta pemikiran tentang kekhasan yang masih mengalir dan sesuai dengan masalah eksplorasi.

d. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan metodologi deskriptif kualitatif, yang memerlukan analisis pasca pengumpulan data. Menganalisis dan mengelola data adalah langkah selanjutnya. Mengurai atau menelusuri pola melalui pengumpulan fakta dan deskripsinya disebut analisis data. Di samping itu, Sukardi juga mengemukakan bahwa informasi subjektif dapat diperoleh dengan cara mengintegrasikan informasi yang sudah ada sehingga memberikan gambaran yang akurat tentang sumber informasi itu sendiri. Pendekatan ini digunakan dalam mengkaji semua data yang diperoleh melalui pertemuan, survei, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Praktek Jual Beli Perabotan Rumah Tangga Secara Kredit Pada Keluarga Mampu Di Buatan II

Analisis kebudayaan merupakan studi tentang komunitas yang menguraikan mengenai struktur nilai-nilai, kebiasaan, keyakinan, aspirasi, dan perilaku yang dipelajari oleh individu dari lingkungannya, baik itu dari keluarga maupun institusi resmi, dan berfungsi sebagai pedoman untuk perilaku mereka. Dalam konteks faktor kebudayaan ini, termasuk dalam ruang lingkupnya adalah budaya, subkultur, dan stratifikasi sosial. Desa Buatan II memiliki sekitar 876 Kepala Keluarga yang tinggal di wilayah tersebut. Mayoritas penduduknya memiliki



mata pencaharian di sektor pertanian sawit dan karet. Letak geografis Desa yang mudah diakses memungkinkan banyak pedagang keliling, baik yang berasal dari sekitar daerah maupun dari luar daerah, untuk beroperasi di Desa ini. Baik pedagang keliling maupun pedagang tetap di Desa Buatan II menawarkan barang kepada penduduk dengan dua sistem pembayaran, yaitu secara tunai atau dengan sistem kredit.

Fenomena yang terjadi di Desa Buatan II ini, tidak hanya keluarga yang tidak mampu saja yang membeli barang secara kredit, keluarga mampu juga melakukan pembelian secara kredit. Banyak keluarga yang menggunakan metode kredit ini untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik itu untuk keperluan pribadi maupun kebutuhan keluarga.

B. Faktor Budaya Dalam Pembelian Perabotan Rumah Secara Kredit Pada Keluarga Mampu.

Menurut Kotler faktor pertama yang mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan adalah faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor budaya meliputi kebudayaan, sub-budaya dan kelas sosial.

Budaya, sub-budaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Anak-anak yang sedang bertumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga lainnya. Anak-anak yang dibesarkan di Amerika Serikat sangat terpengaruh oleh nilai-nilai sebagai berikut: prestasi dan keberhasilan, aktivitas, efisiensi dan keraktisan, kemajuan, kenikmatan materi, individualisme, kebebasan, kenikmatan eksternal, humanism, dan berjiwa muda. Masing-masing budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang menampakkan identifikasi dan sosialisasi anggotanya. Sub-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis. Tiap kultur mempunyai subkultur yang lebih kecil atau kelompok orang dengan system nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama.

1. Kebudayaan

Kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dari keluarga atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku. Dari kelima penjabaran ibu-ibu konsumen keluarga mampu dapat dilihat bahwa membeli secara kredit sudah menjadi kebiasaannya sejak dulu dan mereka berfikir dengan membeli barang perabotan rumah secara kredit dapat meringankan beban pengeluarannya setiap bulan.

2. Subbudaya

Subbudaya pada dasarnya sekelompok orang tertentu dalam sebuah masyarakat yang memiliki makna budaya yang sama untuk respon afektif dan kognitif (reaksi emosional, kepercayaan, nilai, pencapaian tujuan), perilaku (kebiasaan, sikap dan ritual, norma perilaku), dan faktor lingkungan (kondisi tempat tinggal, lokasi geografis, objek yang penting). Dari penjelasan dari kelima konsumen dapat dilihat bahwa pengaruh lingkungan sekitar sangat kuat terhadap pembelian barang perabotan rumah tangga secara kredit, dan juga terdapat nilai-nilai yang berkembang dimasyarakat sehingga berpengaruh terhadap pembelian perabotan rumah tangga secara kredit.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah bentuk dari pengelompokan masyarakat kedalam kelas atau kelompok yang berbeda. Kelas sosial memiliki tafsiran namun lebih cenderung kepada pembagian kelas berdasarkan tingkatan ekonomi (pekerjaan,kekayaan,pendidikan). Dari penjelasan kelima konsumen keluarga mampu, dapat dilihat bahwa kedudukan dimasyarakat tidak menjadi penghalang untuk mereka melakukan pembelian perabotan rumah tangga secara kredit, dan penghasilan yang didapat setiap bulannya juga tidak menjadi penghalang untuk mereka melakukan pembelian perabotan rumah tangga secara kredit.

Dari hasil wawancara kelima konsumen keluarga mampu yang membeli perabotan rumah tangga secara kredit terkait dengan faktor budaya yang meliputi kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial. Mendapatkan fakta bahwa budaya menjadi salah satu penyebab utama para keluarga mampu masi membeli perabotan rumah tangga secara kredit. Dan pendapatan yang cukup tidak menutup kemungkinan untuk masyarakat masi membeli perabotan rumah tangga secara kredit.

4. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Perabotan Rumah Tangga Secara Kredit Pada Keluarga Mampu

Jual beli kredit adalah transaksi antara dua pihak yang membeli barang dengan pembayaran yang diangsur atau dicicil dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual dan pembeli



barang perabotan rumah tangga secara kredit di Buatan II, Jika seseorang ingin membeli barang perabotan rumah tangga secara kredit, maka pembeli bisa membayarnya pada saat barangnya tiba dan termasuk pada angsuran pertama. Maka berdasarkan kajian Ekonomi Islam hal tersebut bisa dimasukkan ke dalam rukun dan syarat jual beli kredit yaitu ijab dan qobul, aqid, ma'qud Allah. Dalam jual beli kredit menurut syariat Islam diperbolehkan dengan berdasarkan beberapa syarat yang harus terpenuhi diantaranya dengan melakukan akad diawal perjanjian, tidak adanya bunga, tidak bersifat gharar, tidak bersifat riba.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Budaya menjadi salah satu penyebab utama terhadap pembelian perabotan rumah tangga secara kredit pada keluarga mampu di Desa buatan II. Pendapatan yang cukup dikeluarga tidak menutup kemungkinan untuk masyarakat masih membeli perabotan rumah tangga secara kredit
2. Dalam perspekif ekonomi syariah terhadap pembelian perabotan rumah tangga secara kredit adalah riba. Menurut syariat Islam tidak melarang adanya jual beli kredit, karna memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang. Harga atau pembayaran secara kredit yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, konsumen harus memenuhi kewajiban membayar tepat waktu sesuai akad yang dilakukan diawal pembelian.

B. Saran

1. Bagi pemilik usaha kredit di Desa Buatan II harusnya lebih mengetahui tentang hukum-hukum agama menjual barang secara kredit.
2. Untuk masyarakat Desa Buatan II harusnya lebih peka terhadap pengaruh budaya yang ada dimasyarakat
3. Untuk keluarga mampu harusnya menghindari membeli dengan sistem kredit karna mempunyai ekonomi yang cukup untuk membeli secara tunai. Dan mempertimbangkan harga yang ditawarkan secara kredit jauh lebih besar dibandingkan harga membeli secara cash.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010),
Dapertemen Agama Republic Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)
Djamil, N. (2023). Akuntansi Terintegrasi Islam: Alternatif Model Dalam Penyusunan Laporan Keuangan: Islamic Integrated Accounting: Alternative Models in Preparing Financial Statements. JAAMTER: Jurnal Audit Akuntansi Manajemen Terintegrasi, 1(1), 1-10.
Gama pratama, dkk, "Strategi Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada Produk Bank Syariah". Jurnal of economy banking
Husriah dan Poniasih Lelawatty, "analisi prosedur pembelian kredit multiguna pada bank sultra cabang pasarwajo." Jurna mirai management
Imam ariono, "pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan pembelian kredit sepeda motor di PT.Federal internasional cabang wonosobo." Jurnal ppkm, 2018
Imelda mega sari, "prilaku konsumen dalam jual beli kredit sepeda motor di Surabaya menurut perspektif etika bisnis" jurnal of economics and business innavation
J. Supranto dan Nandan Limakrisna, "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis"
Lu'lu Ul Maknunah dan Puji Lestari, "analisis komparatif penjualan tunai dan kredit terhadap keputusan pembelian baju muslim anak merk dannis" jurnal administrasi bisnis, translitera, edisi 7, 2018
Maria uplah, "Konsep pembiayaan dalam perbankan syariah." jurnal Madani Syari'ah
Mohammad ridwan, dkk, "analisis transaksi kredit pemilikan rumah (KPR) dalam tinjauan hokum islam di bank tabungan negara syariah Cirebon." Jurnal ekonomi dan bisnis,
Risanda alirata budiantoro, dkk, "sistem ekonomi islam dan pelanggaran riba dalam perspektif historis." Jurnal ilmiah ekonomi islam
Syafwendi syahril, dkk, "analisis penjualan dan pembelian emas secara kredit berdasarkan madzab islam dan



- pemikiran islam kontemporer.*” Jurnal kajian ekonomi syariah
- Titik rohmatin dan budi rahayu sri wulan, “*Kemampuan motorik kasar anak sekolah dasar berdasarkan perbedaan status ekonomi keluarga.*” Jurnal pendidikan dasar dan pembelajaran
- Tommy L.H. Tumulun dan Sonny Pangerap, “*analisis system informasi penjualan kredit di PT.Nusantara sakti cabang manado.*” Jurnal akuntansi
- Ulfa Malika Putri Raharja, Waryana Waryana, Almira Sitasari, “*Status ekonomi orang tua dan ketahanan pangan keluarga sebagai faktor risiko stunting pada balita di Desa Bejiharjo.*” Jurnal gizi,
- Umi wahyuni dan siti achiria, “*Peran Trend dan Motif Hijrah Terhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu*” Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam
- Violika Erika putri, sri nuringwahyu, dadang krisdianto, “*pengaruh factor budaya, social, dan pribadi terhadap keputusan pembelian*” jurnal administrasi bisnis
- Warti ratnasari, “*analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian barang elektronik secara kredit pada PT colombus megah sentra sarana cabang berau*” jurnal ekonomi STIEP

