

Implementasi Etika Bisnis dan Pemasaran Syariah dalam Mendukung *Health Equity* dan Peningkatan *Quality of Life* di Kalangan Masyarakat Marginal

¹Ade Adhariah, ²Syaeful Bahri

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Jl. Syekh Moh. Nawawi Albantani, Kemanisan, Kec. Curug, Kota Serang, Banten
e-mail : ¹ 232641107.ade@uinbanten.ac.id ² syaeful.bahri@uinbanten.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi peran etika bisnis dan pemasaran syariah dalam meningkatkan health equity dan kualitas hidup masyarakat marginal. Fokusnya meliputi pengkajian prinsip syariah, evaluasi dampak strategi pemasaran, identifikasi tantangan implementasi, serta rekomendasi kebijakan untuk mengurangi ketimpangan sosial dan menciptakan akses layanan kesehatan yang lebih adil. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi literatur untuk menganalisis penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah dalam sektor kesehatan. Fokusnya pada dampaknya terhadap ketimpangan kesehatan dan kualitas hidup masyarakat marginal, dengan menelaah literatur relevan, terkini, serta kredibel melalui analisis tematik untuk menghasilkan wawasan komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah di sektor kesehatan mampu mengurangi ketimpangan akses dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat marginal. Prinsip seperti kejujuran, transparansi, dan kemaslahatan menciptakan model bisnis inklusif. Namun, tantangan operasional, seperti distribusi di wilayah terpencil, memerlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor kesehatan, dan bisnis. Penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah di sektor kesehatan dapat mengurangi ketimpangan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat marginal. Prinsip keadilan dan transparansi menciptakan sistem inklusif, sementara strategi pemasaran berfokus pada kebutuhan masyarakat marginal, seperti harga adil dan distribusi merata, membantu mengatasi hambatan akses kesehatan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Syariah, Pemasaran Syariah, *Health Equity*

Abstract

This study explores the role of business ethics and Islamic marketing in improving health equity and quality of life of marginalized communities. The focus includes the assessment of sharia principles, evaluation of the impact of marketing strategies, identification of implementation challenges, and policy recommendations to reduce social inequality and create more equitable access to health services. This research uses a qualitative method of literature study to analyze the application of Islamic business ethics and marketing in the healthcare sector. The focus is on the impact on health inequality and the quality of life of marginalized communities, by reviewing relevant, current, and credible literature through thematic analysis to generate comprehensive insights. The results show that the application of Islamic business and marketing ethics in the health sector is able to reduce access inequality and improve the quality of life of marginalized communities. Principles such as honesty, transparency and beneficence create an inclusive business model. However, operational challenges, such as distribution in remote areas, require collaboration between the government, health sector, and business. The application of Islamic business and marketing ethics in the health sector can reduce inequality and improve the quality of life of marginalized communities. The principles of fairness and transparency create an inclusive system, while marketing strategies focused on the needs of marginalized communities, such as fair pricing and equitable distribution, help overcome barriers to healthcare access.

Keywords: Sharia Business Ethics, Sharia Marketing, *Health Equity*

PENDAHULUAN

Ketimpangan kesehatan (*health equity*) menjadi salah satu isu utama yang dihadapi masyarakat marginal, terutama akibat keterbatasan akses terhadap layanan kesehatan yang berkualitas. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti rendahnya pendapatan, kurangnya pendidikan, dan minimnya infrastruktur kesehatan di wilayah terpencil. Akibatnya, masyarakat marginal sering kali tidak mampu mendapatkan perawatan medis yang layak, baik karena biaya yang terlalu tinggi maupun jarak yang jauh ke fasilitas Kesehatan (C. Maharani et al., 2024). Ketimpangan ini semakin diperparah oleh sistem kesehatan yang kurang inklusif, di mana distribusi sumber daya kesehatan cenderung tidak merata dan lebih terpusat di kawasan urban atau untuk kalangan yang lebih mampu. Situasi ini tidak hanya berdampak pada meningkatnya angka penyakit yang tidak tertangani, tetapi juga memperburuk kualitas hidup masyarakat marginal secara keseluruhan, menjadikan upaya untuk menciptakan kesetaraan dalam layanan kesehatan sebagai kebutuhan mendesak (T. M. Iqbal Rafliyazid. F & Yusuf, 2024).

Peran etika bisnis dalam sektor kesehatan menjadi kunci untuk mengurangi ketimpangan akses terhadap layanan kesehatan, terutama bagi masyarakat marginal. Etika bisnis yang berlandaskan prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial menuntut pelaku usaha di bidang kesehatan untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dari aktivitas bisnis mereka. Dengan menerapkan etika bisnis, perusahaan dapat memastikan bahwa produk dan layanan kesehatan dijangkau oleh semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang kurang mampu (Dwianti, 2024). Misalnya, melalui kebijakan harga yang terjangkau, penyediaan layanan subsidi, atau kerja sama dengan pemerintah untuk program kesehatan gratis. Selain itu, etika bisnis mendorong terciptanya sistem distribusi yang merata, sehingga fasilitas kesehatan dapat menjangkau wilayah terpencil sekalipun. Dengan demikian, penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat, tetapi juga membantu menciptakan kesetaraan dalam pelayanan Kesehatan (Rosanjaya & Nafi'ah, 2024).

Pemasaran syariah menawarkan pendekatan yang adil, transparan, dan berkeadilan sosial dalam memasarkan produk atau layanan kesehatan, dengan berlandaskan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Prinsip ini memastikan bahwa strategi pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, terutama mereka yang berada di kalangan marginal. Dalam konteks kesehatan, pemasaran syariah dapat diterapkan melalui penetapan harga yang wajar, penghapusan unsur riba, serta penyediaan layanan berbasis kebutuhan yang mendukung kesejahteraan kolektif (Priambodo, 2024). Selain itu, transparansi dalam penyampaian informasi mengenai produk kesehatan, seperti manfaat, risiko, dan efektivitasnya, menjadi aspek penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Dengan memprioritaskan keadilan dan kesetaraan, pemasaran syariah tidak hanya membantu meningkatkan akses masyarakat marginal terhadap layanan kesehatan, tetapi juga mendorong terciptanya sistem kesehatan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. *Health equity* menekankan pentingnya keadilan dalam distribusi sumber daya kesehatan, sehingga setiap individu, terlepas dari status sosial, ekonomi, atau geografis, memiliki akses yang setara terhadap layanan kesehatan berkualitas (Nasution et al., 2024).

Prinsip ini bertujuan untuk menghilangkan kesenjangan yang sering terjadi akibat ketimpangan pendapatan, keterbatasan infrastruktur, atau diskriminasi sistemik yang membatasi kelompok tertentu, terutama masyarakat marginal, dari mendapatkan layanan yang memadai. Dengan pendekatan ini, upaya kesehatan diarahkan untuk memastikan bahwa kebutuhan kesehatan dipenuhi secara proporsional, dengan memberikan perhatian khusus kepada mereka yang berada dalam situasi paling rentan. *Health equity* tidak hanya tentang menyediakan akses fisik ke fasilitas kesehatan, tetapi juga mencakup keberlanjutan layanan, kemampuan masyarakat untuk memanfaatkannya, serta penciptaan sistem yang inklusif dan berkeadilan. Hal ini menjadi fondasi penting dalam membangun masyarakat yang lebih sehat dan sejahtera secara kolektif

(Ahmad et al., 2024).

Quality of life atau kualitas hidup masyarakat marginal dapat ditingkatkan secara signifikan melalui akses kesehatan yang lebih baik, karena kesehatan merupakan salah satu pilar utama kesejahteraan individu dan komunitas. Ketika masyarakat marginal memiliki akses yang setara ke layanan kesehatan berkualitas, seperti pemeriksaan rutin, pengobatan yang terjangkau, dan edukasi kesehatan, mereka dapat menikmati hidup yang lebih produktif, bebas dari beban penyakit yang seharusnya dapat dicegah atau diobati. Selain itu, akses ini membantu mengurangi tekanan ekonomi akibat biaya medis yang tinggi dan hilangnya pendapatan karena ketidakmampuan untuk bekerja akibat masalah kesehatan. Dengan layanan kesehatan yang merata dan terjangkau, masyarakat marginal juga mendapatkan kesempatan yang lebih baik untuk meningkatkan pendidikan, pekerjaan, dan partisipasi sosial mereka, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan (Siregar & Hasibuan, 2024).

Etika bisnis dalam konteks syariah berlandaskan pada nilai-nilai fundamental seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kemaslahatan yang bertujuan menciptakan keberkahan dan keseimbangan dalam aktivitas ekonomi. Kejujuran menjadi prinsip utama yang mendorong pelaku bisnis untuk memberikan informasi yang transparan dan tidak menipu konsumen, baik terkait produk, harga, maupun kualitas. Tanggung jawab dalam bisnis syariah mencakup kewajiban moral dan sosial untuk memastikan bahwa aktivitas bisnis tidak merugikan pihak lain dan membawa manfaat bagi semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat luas. Sementara itu, kemaslahatan menekankan bahwa setiap keputusan bisnis harus memberikan dampak positif yang luas, tidak hanya bagi pemilik bisnis tetapi juga bagi komunitas dan lingkungan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, etika bisnis syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi tetapi juga menciptakan harmoni sosial dan keberlanjutan ekonomi (Batubara et al., 2024).

Pemasaran syariah adalah strategi pemasaran yang berfokus pada nilai-nilai keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan, dengan tujuan utama memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk masyarakat marginal, daripada sekadar mencari keuntungan maksimal. Dalam pendekatan ini, pelaku usaha memprioritaskan aksesibilitas dan kebermanfaatannya produk atau layanan, memastikan bahwa segmen masyarakat yang kurang mampu juga dapat menikmati manfaatnya. Hal ini diwujudkan melalui kebijakan harga yang adil, distribusi produk yang merata, dan kampanye pemasaran yang transparan serta edukatif. Pemasaran syariah juga menghindari praktik manipulatif atau eksploitasi konsumen, sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan masyarakat. Dengan pendekatan ini, pemasaran tidak hanya menjadi alat untuk mendukung pertumbuhan bisnis tetapi juga instrumen untuk meningkatkan kesejahteraan dan keadilan sosial (Saskia, 2024).

Hambatan ekonomi dan sosial menjadi kendala utama bagi masyarakat marginal dalam mendapatkan layanan kesehatan yang memadai. Minimnya pendapatan menyebabkan banyak individu tidak mampu membayar biaya perawatan medis, obat-obatan, atau pemeriksaan rutin, sehingga mereka terpaksa mengabaikan kebutuhan kesehatan mereka. Selain itu, kurangnya pendidikan tentang pentingnya perawatan kesehatan preventif memperburuk situasi ini, karena banyak orang tidak menyadari tanda-tanda penyakit yang dapat diobati jika ditangani sejak dini. Ketidaktahuan tentang hak-hak mereka dalam sistem kesehatan, ditambah dengan ketidakmampuan untuk mengakses fasilitas kesehatan yang berkualitas, semakin memperlebar kesenjangan kesehatan antara kelompok kaya dan miskin. Semua faktor ini menciptakan lingkaran kemiskinan dan ketidakmampuan untuk memperoleh perawatan yang layak, yang akhirnya memperburuk kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat marginal (Saputri, 2024).

Ketidaksesuaian pasar tradisional dengan kebutuhan segmen masyarakat marginal menjadi salah satu tantangan utama dalam distribusi layanan dan produk, termasuk dalam sektor kesehatan. Pasar tradisional sering kali lebih fokus pada segmen yang lebih menguntungkan, seperti kalangan menengah ke atas, dan kurang memperhatikan kebutuhan atau kemampuan

masyarakat marginal. Hal ini mengarah pada ketimpangan dalam penyediaan layanan yang seharusnya dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan alternatif seperti pemasaran berbasis syariah yang menekankan pada prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan. Pemasaran syariah dapat menjadi solusi dengan menyediakan produk atau layanan yang lebih terjangkau dan dapat diakses oleh masyarakat marginal, serta memastikan bahwa distribusi produk dan layanan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas (Achmad Dzajuli & Syarif Imam Hidayat, 2024).

Etika bisnis dan pemasaran syariah dapat menjadi solusi praktis untuk mengurangi ketimpangan kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat marginal dengan memprioritaskan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aspek operasionalnya. Dengan menerapkan prinsip etika bisnis yang mengutamakan kemaslahatan dan keberlanjutan, perusahaan dan lembaga kesehatan dapat menciptakan produk dan layanan yang terjangkau serta memastikan akses yang merata bagi seluruh lapisan masyarakat, terutama yang kurang mampu. Pemasaran syariah, yang berfokus pada harga yang adil dan distribusi yang inklusif, memungkinkan masyarakat marginal untuk mengakses perawatan kesehatan yang berkualitas tanpa terbebani biaya tinggi. Selain itu, pendekatan ini juga dapat memberikan rekomendasi strategis untuk sektor kesehatan, bisnis, dan pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang lebih berkeadilan, memastikan bahwa semua individu, tanpa memandang status sosial atau ekonomi, memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan layanan kesehatan yang mereka butuhkan, serta meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan (I. Maharani, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi literatur untuk menganalisis penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah dalam sektor kesehatan, serta dampaknya terhadap ketimpangan kesehatan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat marginal. Metode studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali berbagai konsep, teori, dan temuan sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini. Dengan menelaah berbagai sumber yang sudah ada, seperti jurnal, buku, laporan penelitian, dan artikel terkait, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis syariah dapat diterapkan dalam konteks kesehatan dan dampaknya terhadap akses layanan bagi masyarakat marginal.

Dalam penelitian ini, sumber-sumber literatur yang digunakan meliputi artikel ilmiah yang membahas tentang etika bisnis syariah, pemasaran syariah, serta ketimpangan kesehatan, dengan fokus pada masyarakat marginal. Peneliti juga mengeksplorasi laporan kebijakan dan dokumen program kesehatan yang terkait dengan upaya pemerintah dan lembaga swasta dalam mengatasi masalah ketimpangan kesehatan melalui penerapan prinsip-prinsip syariah. Proses pemilihan literatur dilakukan dengan kriteria tertentu, yaitu memilih studi yang relevan, terkini, dan memiliki kontribusi signifikan terhadap topik yang dibahas. Selain itu, referensi yang dipilih juga mempertimbangkan validitas dan kredibilitasnya dari sumber yang diakui.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara tematik, dengan cara mengidentifikasi pola-pola, tema, dan hubungan yang muncul dari literatur yang telah dikumpulkan. Peneliti akan mengelompokkan informasi yang relevan berdasarkan subtopik utama, seperti implementasi etika bisnis syariah, pemasaran syariah dalam sektor kesehatan, dan dampaknya terhadap ketimpangan kesehatan serta kualitas hidup masyarakat marginal. Hasil analisis ini kemudian disusun dalam bentuk sintesis untuk memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah dapat menjadi solusi dalam meningkatkan akses kesehatan bagi masyarakat marginal dan membangun sistem yang lebih berkeadilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah dalam sektor kesehatan dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengurangan ketimpangan kesehatan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat marginal. Dari berbagai literatur yang ditelaah, ditemukan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis syariah, seperti kejujuran, transparansi, dan kemaslahatan, sering kali diabaikan dalam praktik bisnis konvensional di sektor kesehatan. Namun, dalam penerapan syariah, prinsip-prinsip tersebut memberikan landasan yang kuat untuk menciptakan model bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga kesejahteraan sosial, yang dapat mengurangi kesenjangan akses terhadap layanan kesehatan bagi masyarakat kurang mampu.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran syariah dapat berperan sebagai alat yang efektif dalam mengatasi ketimpangan akses layanan kesehatan. Melalui penerapan harga yang adil dan prinsip distribusi yang merata, pemasaran syariah memungkinkan produk dan layanan kesehatan yang lebih terjangkau untuk masyarakat marginal. Misalnya, beberapa lembaga kesehatan yang menerapkan prinsip syariah telah berhasil mengurangi hambatan biaya dengan menyediakan layanan subsidi atau harga yang lebih rendah bagi kelompok yang membutuhkan. Ini terbukti meningkatkan partisipasi masyarakat marginal dalam program kesehatan dan meningkatkan tingkat kesadaran mereka akan pentingnya perawatan kesehatan preventif.

Namun, meskipun konsep etika bisnis syariah dan pemasaran syariah dapat memberikan solusi terhadap ketimpangan kesehatan, tantangan besar masih ada dalam implementasinya. Beberapa penelitian yang dikaji menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk menciptakan harga yang adil dan layanan yang inklusif, masih banyak lembaga kesehatan yang kurang memperhatikan distribusi layanan di daerah terpencil atau sulit dijangkau. Kendala ini disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur dan biaya operasional yang tinggi, yang menyulitkan penerapan sistem kesehatan yang adil di seluruh wilayah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran yang berkembang tentang pentingnya pendekatan berbasis syariah, tantangan praktis dalam implementasinya perlu diperhatikan lebih lanjut.

Di sisi lain, pembahasan mengenai kualitas hidup masyarakat marginal menunjukkan bahwa akses yang lebih baik terhadap layanan kesehatan, melalui penerapan etika bisnis syariah, berpotensi meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan. Masyarakat yang mendapatkan layanan kesehatan yang lebih terjangkau dan berkualitas cenderung memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi, mengurangi beban ekonomi akibat penyakit, dan dapat menjalani kehidupan yang lebih sehat. Penurunan angka penyakit kronis yang tidak tertangani, peningkatan kesadaran akan pentingnya kesehatan preventif, dan pengurangan biaya pengobatan adalah beberapa contoh bagaimana kualitas hidup masyarakat marginal dapat diperbaiki melalui model pemasaran dan etika bisnis yang lebih berkeadilan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyarankan beberapa langkah strategis yang perlu diambil oleh sektor kesehatan, bisnis, dan pemerintah untuk menciptakan sistem yang lebih inklusif dan berkeadilan. Sektor kesehatan perlu lebih berfokus pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional mereka, termasuk pemberian subsidi atau diskon bagi masyarakat kurang mampu. Sektor bisnis juga diharapkan untuk mengadopsi pemasaran syariah, dengan memberikan informasi yang jelas dan adil mengenai produk dan layanan kesehatan. Terakhir, pemerintah harus memperkuat kebijakan yang mendukung akses kesehatan yang merata dan memastikan bahwa sektor kesehatan tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada peningkatan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis dan pemasaran syariah dalam sektor kesehatan dapat menjadi solusi efektif untuk mengurangi ketimpangan kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat marginal. Prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan kemaslahatan, memberikan landasan yang kuat untuk menciptakan sistem yang lebih inklusif dan berkeadilan. Melalui strategi pemasaran yang berfokus pada kebutuhan masyarakat marginal, seperti penetapan harga yang adil dan distribusi layanan yang merata, hambatan ekonomi dan sosial yang menghalangi akses kesehatan dapat diatasi. Meskipun masih terdapat tantangan dalam implementasi, kolaborasi antara sektor kesehatan, bisnis, dan pemerintah diperlukan untuk memperkuat kebijakan dan infrastruktur yang mendukung keberlanjutan sistem kesehatan berbasis syariah. Dengan pendekatan ini, tidak hanya akses terhadap layanan kesehatan yang meningkat, tetapi juga kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua individu dan organisasi yang telah mendukung dan berkontribusi dalam proyek ini. Bimbingan, sumber daya, dan dorongan Anda sangat berharga dalam menyelesaikan proyek ini dengan sukses. Terima kasih secara khusus kami ucapkan kepada para mentor, kolega, dan institusi kami yang keahlian dan dedikasinya telah menjadi sumber inspirasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Dzajuli, & Syarif Imam Hidayat. (2024). Manajemen agribisnis Modern. In *Umg Press*.
Ahmad, S. N., Lorens, D., Iskandar, A. A., Rachman, R. M., Kusuma, A., & Sya'ban, A. R. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Lembaga Sosial Desa*. TOHAR MEDIA.
- Batubara, M., Dia, D., Putri, R. D., & Virdinia, T. (2024). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Etika Bisnis Islam Pada Masa Rasulullah). *Jurnal Pendidikan Inovatif*, 6(2).
- Dwianti, N. (2024). *ANALISIS PENANAMAN MODAL DALAM NEGERI (PMDN), PENANAMAN MODAL ASING (PMA) DAN INFRASTRUKTUR JALAN INKLUSIF DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TAHUN 2013 - 2022 ANALISIS PENANAMAN MODAL DALAM NEGERI (PMDN), PENANAMAN MODAL ASING (PMA) DAN*. [https://repository.radenintan.ac.id/36236/1/Skripsi 1-2.pdf](https://repository.radenintan.ac.id/36236/1/Skripsi%201-2.pdf)
- Maharani, C., Ningrum, D. A., Fatmawati, A. E., & Fadilla, A. (2024). Dampak Kemiskinan terhadap Kualitas Pendidikan Anak di Indonesia: Rekomendasi Kebijakan yang Efektif. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(3), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i3.199>
- Maharani, I. (2024). *ANALISIS RENDAHNYA MINAT PELAKU INDUSTRI LOGAM UNTUK MENGAMBIL PEMBIAYAAN di LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus Pada Pelaku Industri Logam Desa Pasir Wetan, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas)*. [https://repository.uinsaizu.ac.id/27892/1/Intan Putri Maharani_ANALISIS RENDAHNYA MINAT PELAKU INDUSTRI LOGAM UNTUK MENGAMBIL PEMBIAYAAN di LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH %28Studi Kasus Pada Pelaku Industri Logam Desa Pasir Wetan%2C Kecamatan Karanglewas%2C Kab.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/27892/1/Intan%20Putri%20Maharani_ANALISIS%20RENDAHNYA%20MINAT%20PELAKU%20INDUSTRI%20LOGAM%20UNTUK%20MENGAMBIL%20PEMBIAYAAN%20di%20LEMBAGA%20KEUANGAN%20SYARIAH%20%28Studi%20Kasus%20Pada%20Pelaku%20Industri%20Logam%20Desa%20Pasir%20Wetan%2C%20Kecamatan%20Karanglewas%2C%20Kab.pdf)
- Nasution, J., Rahmiati, R., & Siregar, M. Y. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Patumbak I Melalui Sosialisasi Pemanfaatan Jahe Merah Sebagai Tanaman Obat. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 561–567.
- Priambodo, Z. (2024). BARRIER TO ENTRY DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. In *INSTITUT AGAMA ISLAM*

- NEGERI PONOROGO. https://etheses.iainponorogo.ac.id/28900/2/SKRIPSI_ZAKKY_REVISI_11_JUNI_edit_WATERMARK.pdf
- Rosanjaya, L., & Nafi'ah, B. A. (2024). Kualitas Pelayanan Publik pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Tanjung Perak. *PUBLIKA : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 9(2), 125–136. <https://doi.org/10.25299/jiap.2023.13501>
- Saputri, D. (2024). Peran PT Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah dalam Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Perempuan (Studi Kasus Nasabah Perempuan di Desa Karangrau, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas). In *Skripsi Ekonomi Dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto* (Vol. 1, Issue April).
- Saskia, R. (2024). ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS POTENSI LOKAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI DI DESA ANEUK LAOT KECAMATAN SUKAKARYA KOTA SABANG). In *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH*. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/39922/1/Renni_Saskia%2C_190602172%2C_FEBI%2C_ES.pdf
- Siregar, E. H., & Hasibuan, W. K. (2024). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Pendidikan Dalam Rangka Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(1). <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.970>
- T. M. Iqbal Rafliyazid. F, & Yusuf, Y. (2024). INDONESIA UNTUK PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN THE IMPACT OF OLIGARCHES ON INDONESIA ' S ECONOMIC GROWTH FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *JURNAL KELITBANGAN*, 12(3), 1–7. file:///C:/Users/FATHAN_MUBINA_DEWADI/Downloads/DAMPAK_OLIGARKI_TERHADAP_PERTUMBUHAN_EKONOMI_INDONESIA_UNTUK_PEMBANGUNAN_BERKELANJUTAN