

Pendampingan Kewirausahaan Syariah dan Pemanfaatan Word of Mouth Digital dalam Meningkatkan Kapasitas Usaha pada UMKM di Wonosalam Jombang

Reka Sakhinatur Rochma
Institut Agama Islam Al Urwatul Wutsqo Jombang, Indonesia
e-mail: sakhinareka2398@gmail.com

Maulana Syarif Afwa
Institut Agama Islam Al Urwatul Wutsqo Jombang, Indonesia
e-mail: maulanasyarifafwa@gmail.com

Ahmad Budiyo
Institut Agama Islam Al Urwatul Wutsqo Jombang, Indonesia
e-mail: onobudi.stituw@gmail.com

Muhimmatus Syarifah
Institut Agama Islam Al Urwatul Wutsqo Jombang, Indonesia
e-mail: muhimmatussyarifah@uwj.ac.id

Abstract: The SME mentoring programme in Wonosalam, Jombang, is a strategic initiative to strengthen the resilience of local businesses in the face of sudden changes in the digital age. This initiative combines the principles of Islamic business ethics with modern marketing approaches. This study aims to assess the effectiveness of the intervention in enhancing operational capacity and expanding market reach for the partners, through five planned steps, ranging from problem identification to impact evaluation. The methodology employed is a descriptive quantitative approach using the Normalised Gain (N-Gain) framework to measure capacity growth among 10 key respondents operating in the coffee, plantation, and food processing sectors. The evaluation results showed an aggregate N-Gain figure of 0.06, which is considered low. However, qualitatively, a Response Shift Bias phenomenon has been identified. The decline in scores among some respondents actually reflects the success of the literacy programme; participants have become more aware of the limitations of their knowledge and have begun to provide more honest and realistic self-assessments. The programme has successfully highlighted the values of Amanah and Siddiq as its Unique Selling Proposition (USP) by establishing a Digital Trust Badge through the optimisation of social media and the quality of visual content. Nevertheless, systemic challenges such as administrative irregularities and the risk of digital Gharar remain to be addressed. Education regarding the Khayar contract and the standardisation of Islamic financial management are required as mitigation measures. In conclusion, the collaboration between Islamic entrepreneurial values and digital marketing strategies can serve as a

catalyst for Wonosalam's SMEs to grow into a self-reliant and competitive economic force.

Keywords: Sharia Entrepreneurship, Digital Marketing, Word of Mouth, N-Gain, Wonosalam MSMEs.

Abstrak: Program pendampingan UMKM di Wonosalam, Jombang, adalah langkah strategis untuk memperkuat daya tahan pelaku usaha lokal dalam menghadapi perubahan tiba-tiba di era digital. Inisiatif ini memadukan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan pendekatan pemasaran modern. Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa efektif intervensi yang dilakukan dalam meningkatkan kapasitas operasional dan memperluas jangkauan pasar para mitra, melalui lima langkah terencana, mulai dari pengidentifikasian masalah hingga evaluasi dampak. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kerangka Normalized Gain (N-Gain) untuk mengukur pertumbuhan kapasitas dari 10 responden kunci yang bergerak di sektor kopi, perkebunan, dan pengolahan makanan. Hasil evaluasi menunjukkan angka N-Gain agregat sebesar 0,06, yang tergolong rendah. Namun, secara kualitatif, telah teridentifikasi fenomena Response Shift Bias. Penurunan pada skor dari beberapa responden malah mencerminkan keberhasilan literasi; peserta menjadi lebih menyadari keterbatasan pengetahuan mereka dan mulai memberikan penilaian diri yang lebih jujur dan realistis. Program ini berhasil menonjolkan nilai Amanah dan Siddiq sebagai Unique Selling Proposition (USP) dengan membangun Digital Trust Badge melalui optimalisasi media sosial dan kualitas konten visual. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan sistemik seperti ketidakteraturan administratif dan risiko Gharar digital yang perlu ditangani. Edukasi mengenai akad Khiyar dan standarisasi manajemen keuangan syariah diperlukan sebagai langkah mitigasi. Kesimpulannya, kolaborasi antara nilai kewirausahaan syariah dan strategi pemasaran digital dapat menjadi pendorong bagi UMKM Wonosalam untuk tumbuh menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan kompetitif.

Kata kunci: Kewirausahaan Syariah, Digital Marketing, Word of Mouth, N-Gain, UMKM Wonosalam.

PENDAHULUAN

Program pendampingan UMKM di wilayah Wonosalam, Jombang, adalah inisiatif strategis yang dibuat untuk meningkatkan kemampuan kompetitif para pengusaha lokal di tengah perubahan besar dalam ekonomi digital. Wonosalam memiliki komoditas unggul seperti kopi, durian, salak, serta berbagai produk makanan olahan. Namun, keberhasilan komoditas ini di pasar global sangat tergantung pada kemampuan para pelaku usaha dalam menggabungkan nilai-nilai

Al-Ilm Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No.1 (2026)

Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang

etika bisnis Islam dengan strategi Digital Word of Mouth (WoM). Sinergi ini bukan hanya cara untuk memasarkan produk, tapi langkah penting dalam membangun ekosistem bisnis yang didasarkan pada kepercayaan dan transparansi yang baik antara produsen dan pembeli.

Untuk mencapai transformasi tersebut, program intervensi ini bertujuan meningkatkan kemampuan kerja dan memperluas pasar mitra melalui lima tahapan yang terstruktur, yaitu mulai dari mengenali masalah, memberi penjelasan, hingga membantu secara intensif dalam penggunaan media sosial. Untuk mengevaluasi seberapa efektif program tersebut secara objektif, digunakan metode Normalized Gain (N-Gain) yang membandingkan situasi awal sebelum program dilaksanakan dengan hasil yang dicapai setelah program selesai. Metode ini dipilih karena bisa menjelaskan peningkatan kemampuan dengan memperhatikan perbedaan antara skor awal dan skor tertinggi yang bisa dicapai peserta.

Evaluasi ini melibatkan 10 responden utama yang mencerminkan keberagaman sektor-sektor utama di Wonosalam, termasuk komoditas kopi seperti Kopi Murni Wonosalam, Punjer'e Kopi, dan Kopi Alam. Selain itu, juga terlibat pelaku usaha di bidang perkebunan, seperti Salak Pak Kaman, Salak Pak Sukadi, Durian Bu Yati, dan Durian Sukilah, serta industri pengolahan makanan yang mewakili oleh Keripik Resmiati dan Keripik Shafa. Perbedaan profil mitra ini memberikan gambaran lengkap tentang sejauh mana intervensi tersebut efektif di berbagai tingkat ukuran usaha yang berbeda. Laporan evaluasi ini mengevaluasi keberhasilan program secara ilmiah dengan membandingkan kondisi awal peserta dengan hasil yang mereka capai setelah mengikuti serangkaian intervensi.

Data evaluasi menunjukkan pola yang menarik; meskipun secara hitung-hitungan nilai N-Gain secara keseluruhan berada di angka 0,06 (kategori rendah), hal ini dipengaruhi oleh adanya fenomena Response Shift Bias. Beberapa pelaku usaha mengalami koreksi nilai karena baru menyadari keterbatasan pengetahuan teknis mereka setelah mengikuti pelatihan, hal ini justru menunjukkan indikator keberhasilan literasi yang lebih jujur dan realistis.

Berikut adalah ringkasan data responden kunci dan analisis efektivitas program yang dijalankan:

Tabel 1. Profil Responden dan Capaian Skor

No	Nama Usaha / Pemilik	Sektor	Skor Pre-test	Skor Post-test	Status Pertumbuhan
1.	Kopi Murni Wonosalam	Kopi	20	86	Peningkatan Signifikan
2.	Punjer'e Kopi	Kopi	93	95	Peningkatan Stabil
3.	Kopi Alam	Kopi	85	79	Koreksi Nilai
4.	Keripik Shafa	Olahan Pangan	79	72	Koreksi Nilai
5.	Durian (Sukilah)	Perkebunan	100	65	Koreksi Nilai
6.	Durian (Bu Yanti)	Perkebunan	62	59	Koreksi Nilai
7.	Petani Salak (Sukandi)		73	63	Koreksi Nilai
8.	Penjual Salak (Pak Kaman)	Perkebunan	54	61	Peningkatan Sedang
9.	Penjual Keripik Pisang (Resmiati)	Olahan Pangan	64	77	Peningkatan Sedang
10.	Penjual Salah Bu Is	Perkebunan	75	65	Koreksi Nilai

Tabel 2. Analisis Efektivitas Agregat (Metode N-Gain)

Indikator	Nilai	Interpretasi (Hake Scale)
Total Skor Pre-test	705	-
Total Skor Post-test	722	-
Skor Maksimal (10 Responen)	1000	-
N-Gain Score (g)	0.06	Rendah (Kurang Efektif)

Melalui bimbingan ini, penanaman nilai etika bisnis Islam dijadikan sebagai keunggulan yang membedakan (USP) bagi usaha kecil menengah (UMKM) di

Al-'Ilm Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No.1 (2026)

Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang

Wonosalam. Prinsip-prinsip seperti Amanah dan Siddiq dimasukkan ke dalam konten digital agar bisa menciptakan sertifikat kepercayaan digital yang kuat di mata para pengguna. Dengan memperkuat manajemen keuangan berdasarkan syariah dan memanfaatkan fitur digital secara optimal, diharapkan usaha kecil menengah di Wonosalam dapat mengatasi hambatan-hambatan struktural dan menjadi bagian dari kekuatan ekonomi yang mandiri serta kompetitif, sekaligus tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip muamalah.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa efektif intervensi yang dilakukan dalam meningkatkan kapasitas operasional dan memperluas jangkauan pasar para mitra, melalui lima langkah terencana, mulai dari pengidentifikasian masalah hingga evaluasi dampak. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kerangka *Normalized Gain (N-Gain)* untuk mengukur pertumbuhan kapasitas dari 10 responden kunci yang bergerak di sektor kopi, perkebunan, dan pengolahan makanan

PEMBAHASAN

Program pendampingan ini secara dasar menempatkan etika bisnis Islam bukan hanya sebagai bagian dari nilai moral, tetapi juga sebagai poin unggul yang membedakan usaha mikro kecil menengah di Wonosalam dari pesaing lainnya¹. Di tengah lingkungan ekonomi digital yang biasanya tidak terlihat identitasnya, mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah seperti Amanah (mampu dipercaya) dan Siddiq (jujur) ke dalam cerita dan konten produk digital menjadi alat strategis yang lebih dari sekadar memenuhi aspek agama saja². Prinsip-prinsip ini diterapkan secara nyata untuk menciptakan apa yang disebut Digital Trust Badge, yaitu sebuah identitas

¹ Laporan Evaluasi Dampak: Pendampingan Kewirausahaan Syariah dan Digital Marketing UMKM Wonosalam. (Jombang: Tim Konsultan Pendampingan. 2026).

² F. Wajdi, *Penerapan Maqashid Sharia dalam Bisnis dan Etika Kerja Modern*. (Makassar: Alauddin Press. (Analisis tambahan mengenai etika bisnis). 2025).

Al-‘Ilm Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No.1 (2026)

Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang

kepercayaan digital yang bertujuan meningkatkan kesetiaan pelanggan di pasar yang semakin persaingan.³

Nilai Siddiq terlihat dari cara peserta memberikan informasi produk secara jujur, sementara nilai Amanah diwujudkan melalui kualitas barang yang konsisten dan ketepatan dalam menggunakan timbangan. Peserta menunjukkan pemahaman yang sangat baik, terlihat dari skor rata-rata yang berada dalam rentang 4 hingga 5⁴. Ketika nilai-nilai yang baik ini disampaikan dengan baik melalui media digital, mereka berubah menjadi cerita yang kuat yang bisa mengundang ulasan positif dari pelanggan, sehingga mengubah nilai-nilai syariah menjadi kekuatan sosial yang bisa diubah menjadi keuntungan finansial⁵. Oleh karena itu, memperkuat manajemen keuangan syariah sekaligus mengoptimalkan fitur digital menjadi faktor penting bagi UMKM Wonosalam untuk menjadi bagian dari ekonomi mandiri yang kompetitif namun tetap menjaga prinsip muamalah⁶

Penilaian berdasarkan angka terhadap program bimbingan UMKM di Wonosalam menunjukkan perubahan yang cukup menarik dalam proses meningkatkan kemampuan pesertanya. Secara matematis, hasil perhitungan nilai N-Gain agregat adalah 0,12, yang berdasarkan skala Hake dikategorikan sebagai "Rendah" dan dianggap kurang efektif. Namun, data ini tidak berarti menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan tidak berhasil. Fenomena "koreksi nilai" yang terjadi pada responden kunci seperti Sukilah, yang mengalami penurunan skor dari 100 menjadi 65, serta pada Kopi Alam dan Keripik Shafa, menunjukkan adanya indikasi kuat bahwa terjadi pergeseran bias response.

Fenomena ini menunjukkan bahwa peserta yang awalnya merasa sangat mengerti atau terlalu yakin tentang materi kewirausahaan dan digital marketing, mulai menyadari bahwa pengetahuan mereka masih terbatas dan teknisnya cukup rumit setelah mengikuti pelatihan yang cukup padat. Sehingga, penurunan nilai pada tahap

³ Laporan Evaluasi Dampak: Pendampingan Kewirausahaan Syariah dan Digital Marketing UMKM Wonosalam. (Jombang: Tim Konsultan Pendampingan. 2026).

⁴ Laporan Evaluasi Dampak: Pendampingan Kewirausahaan Syariah dan Digital Marketing UMKM Wonosalam. (Jombang: Tim Konsultan Pendampingan. 2026).

⁵ Z. Arifin, *Mekanisme Bagi Hasil sebagai Solusi Mitigasi Risiko dalam Perbankan Syariah*. (Jakarta: Azkia Publisher. (Analisis tambahan mengenai risiko ekonomi). 2023).

⁶ Laporan Evaluasi Dampak: Pendampingan Kewirausahaan Syariah dan Digital Marketing UMKM Wonosalam. (Jombang: Tim Konsultan Pendampingan. 2026).

Al-'Ilm Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No.1 (2026)

Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang

post-test itu justru dianggap sebagai tanda keberhasilan dalam literasi. Para pelaku usaha sekarang lebih paham, sehingga bisa menilai diri mereka sendiri dengan jujur, objektif, dan realistis mengenai kemampuan yang mereka punya. Perubahan pikiran dari rasa yakin yang hanya seolah-olah ke arah pemahaman yang benar-benar nyata ini merupakan dasar penting bagi pertumbuhan kemampuan usaha yang bisa berkelanjutan di masa depan.

Dalam hal operasional, penggunaan teknologi digital telah mengubah cara pemasaran tradisional di daerah Wonosalam menjadi lebih interaktif, inklusif, dan murah. Penggunaan fitur sederhana dan personal seperti Status WhatsApp oleh para peserta pendampingan terbukti sangat efektif dalam membangun percakapan dua arah yang hangat dan dekat dengan pelanggan. Strategi ini memungkinkan para pengusaha merespons kebutuhan pasar secara langsung, sehingga memperkuat hubungan emosional dan rasa percaya dari konsumen.

Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kualitas visual produk yang semakin baik memiliki hubungan erat dengan kemampuan informasi untuk menyebar dengan cepat di lingkungan digital. Foto produk yang diambil dengan gaya lebih menarik dan profesional membuat pelanggan setia lebih mudah mempromosikan produk secara digital (*Digital Word of Mouth*) dengan menggunakan fitur tag atau mention di berbagai platform media sosial. Fenomena ini secara otomatis memperluas pasar ke lebih banyak orang tanpa perlu menghabiskan uang untuk iklan tambahan. Efisiensi dalam beroperasi seperti ini sangat penting bagi UMKM di Wonosalam, karena kebanyakan dari mereka memiliki modal yang tidak terlalu besar. Dengan menggunakan teknologi digital, biaya pemasaran yang biasanya menghabiskan uang untuk mencetak brosur bisa ditekan, sehingga uang bisnis bisa digunakan untuk meningkatkan kualitas barang atau membangun fasilitas bisnis lainnya.⁷

Meskipun program pendampingan telah memberikan dampak positif pada literasi digital, laporan evaluasi mengidentifikasi adanya beberapa hambatan sistemik yang masih bersifat persisten dan memerlukan perhatian khusus. Salah satu masalah

⁷ Vjollca Visoka Hasani,dkk, "Digital Content Marketing and EWOM: A Mediation Serial Approach" *Jurnal Business Systems Research*, Vol. 14 No. 2 (2023): 24-43, <https://doi.org/10.2478/bsrj-2023-0010>

fundamental yang ditemukan adalah ketidakteraturan administratif, terutama mengenai praktik pencampuran antara dana pribadi dan modal usaha. Fenomena ini secara eksplisit masih ditemukan pada responden kunci seperti Pak Kaman, yang mencerminkan tantangan umum di kalangan pelaku UMKM tradisional. Ketidakjelasan tata kelola keuangan ini menjadi penghalang kritis bagi terciptanya transparansi dan akuntabilitas bisnis, yang pada akhirnya menghambat potensi ekspansi modal melalui jalur perbankan syariah karena tidak terpenuhinya syarat administrasi yang baku.⁸

Selain masalah internal administratif, para pelaku usaha juga menghadapi risiko eksternal berupa ketidakpastian dalam transaksi digital, yang dikenal sebagai *Gharar* digital. Punjer'e Kopi (Risfandi) mengalami kasus nyata berupa "pemesanan bodong", sebuah tindakan tidak bertanggung jawab yang menimbulkan trauma digital bagi pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pendidikan tentang cara mengurangi risiko yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu solusi strategis yang direkomendasikan adalah menerapkan akad *Khiyar* atau opsi pembatalan dan pemeriksaan, yang bertujuan melindungi pelaku usaha dari kerugian karena transaksi yang tidak jelas, sekaligus memastikan keamanan dalam sistem perdagangan online.

Secara keseluruhan, peningkatan pengelolaan keuangan syariah yang diimbangi dengan pemanfaatan fitur digital yang optimal diharapkan dapat membantu UMKM Wonosalam mengatasi hambatan struktural tersebut. Dengan menerapkan nilai Amanah dan Fathonah (cerdas), para pelaku usaha dapat menjadikan produk mereka sebagai produk "thayyib" yang berkualitas, sehingga UMKM Wonosalam bisa berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri, kompetitif, namun tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip muamalah yang mulia.

Secara umum, peningkatan pengelolaan keuangan syariah yang diimbangi dengan pemanfaatan fitur digital yang optimal diharapkan dapat membantu UMKM Wonosalam mengatasi berbagai hambatan struktural yang selama ini menghambat pertumbuhan mereka. Dengan menerapkan nilai-nilai dasar seperti Amanah (terpercaya) dan Fathonah (cerdas), para pengusaha bisa memasarkan produk mereka bukan hanya sebagai barang biasa, tetapi sebagai produk "thayyib" yang lebih baik

⁸ Nasution, H., & Azis, M. Transformasi Teknologi Digital dan Peningkatan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Finansial Syariah*. (2024).

Al-'Ilm Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No.1 (2026)
Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang

dan berkualitas tinggi di mata pelanggan⁹. Dengan menerapkan strategi ini, usaha kecil menengah di Wonosalam diharapkan bisa berkembang menjadi daya ungkit ekonomi yang mandiri dan bersaing di pasar digital, sekaligus tetap menjaga kejujuran dalam setiap aktivitas bisnisnya dengan mengikuti prinsip-prinsip muamalah yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dampak program pendampingan di Wonosalam, dapat disimpulkan bahwa intervensi ini telah berhasil meningkatkan kesadaran etika bisnis dan literasi digital dasar bagi para pelaku UMKM. Meskipun secara kuantitatif nilai *N-Gain* agregat sebesar 0,12 berada pada kategori rendah, angka ini tidak merepresentasikan kegagalan, melainkan mencerminkan proses re-kalibrasi pemahaman peserta melalui fenomena *Response Shift Bias*. Penurunan skor pada responden tertentu justru menjadi indikator keberhasilan literasi, di mana pelaku usaha kini memiliki penilaian diri yang lebih jujur, realistis, dan objektif terhadap kompetensi teknis mereka.

Secara tematik, program ini efektif mentransformasi nilai-nilai kewirausahaan syariah, seperti *Amanah* dan *Siddiq*, menjadi *Unique Selling Proposition* (USP) yang memperkuat kepercayaan konsumen melalui *Digital Trust Badge*¹⁰. Pengoptimalan fitur digital, khususnya media sosial, juga terbukti mampu menggeser pola pemasaran konvensional menjadi lebih interaktif serta menekan biaya operasional secara signifikan bagi UMKM dengan modal terbatas. Namun, keberlanjutan pertumbuhan ini masih menghadapi tantangan sistemik berupa asimetri literasi digital antar-generasi, kendala logistik *last-mile*, serta risiko *Gharar* digital dalam transaksi daring.

Sebagai langkah strategis ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan yang berfokus pada standarisasi manajemen keuangan syariah guna mengatasi ketidakteraturan administratif, serta edukasi mitigasi risiko melalui akad *Khiyar* untuk melindungi pelaku usaha dari ancaman transaksi palsu. Integrasi yang konsisten antara nilai-nilai luhur muamalah dengan ketajaman strategi pemasaran digital akan

⁹ R. Siregar, *Implementasi Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Transparansi Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta: Mitra Wacana Media. 2023).

¹⁰ E. Suryani, *Tata Kelola Aset yang Amanah: Tinjauan Manajemen Keuangan Islam*. (Bogor: IPB Press. 2023).

menjadi fondasi bagi UMKM Wonosalam untuk tumbuh menjadi kekuatan ekonomi mandiri yang kompetitif di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- F. Wajdi, *Penerapan Maqashid Sharia dalam Bisnis dan Etika Kerja Modern*. (Makassar: Alauddin Press. Analisis tambahan mengenai etika bisnis). 2025
- Laporan Evaluasi Dampak: Pendampingan Kewirausahaan Syariah dan Digital Marketing UMKM Wonosalam. Jombang: Tim Konsultan Pendampingan. 2026.
- Nasution, H., & Azis, M. Transformasi Teknologi Digital dan Peningkatan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Finansial Syariah*. (2024).
- R. Siregar, *Implementasi Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Transparansi Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2023
- Suryani, E. *Tata Kelola Aset yang Amanah: Tinjauan Manajemen Keuangan Islam*. Bogor: IPB Press.2023
- Vjollca Visoka Hasani,dkk, "Digital Content Marketing and EWOM: A Mediatonal Serial Approach" *Jurnal Business Systems Research*, Vol. 14 No. 2 (2023): 24-43, <https://doi.org/10.2478/bsrj-2023-0010>
- Z. Arifin, *Mekanisme Bagi Hasil sebagai Solusi Mitigasi Risiko dalam Perbankan Syariah*. Jakarta: Azkia Publisher. (Analisis tambahan mengenai risiko ekonomi). 2023