

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOTEL SYARIAH BATANG SIANOK MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM

Ira Wahyuni Putri *1

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia
iranikanidek@gmail.com

Zuwardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia
zuwardiiyzi84@gmail.com

Abstract

This study aims to identify and analyze the development strategy used by the Batang Sianok Syariah Hotel using SWOT analysis. This type of research uses qualitative data such as interviews, observations, and documentation which is carried out directly with the owners and employees of the Batang Sianok Syariah Hotel to obtain accurate, precise and real data. This study used 3 research informants such as interviews with the owner (owner), as well as hotel managers and hotel employees. In addition, the data obtained was also analyzed by the authors by applying SWOT analysis, IFE, EFE, SWOT Matrix, and Score Table. From this research it can be concluded that the Batang Sianok Syariah Hotel development strategy needs to take advantage of existing opportunities by minimizing the weaknesses possessed by the hotel. This strategy can be carried out by increasing promotional activities, cooperating with various agencies, improving products and services, adding existing facilities and improving the condition of hotel buildings, in this way it will be easier for hotels to attract potential customers.

Keywords: Sharia Hotel, Development Strategy, SWOT, IFE and EFE.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan yang digunakan oleh Hotel Syariah Batang Sianok dengan menggunakan analisis SWOT. Jenis penelitian ini yang menggunakan data-data kualitatif seperti wawancara, observasi, serta dokumentasi yang dilakukan langsung dengan pemilik serta karyawan Hotel Syariah Batang Sianok untuk memperoleh data yang akurat, tepat dan nyata. Penelitian ini menggunakan informan penelitian sebanyak 3 orang seperti wawancara dengan owner (pemilik), serta pengelola hotel dan karyawan hotel. Selain itu, data yang didapatkan juga dianalisis oleh penulis dengan menerapkan analisis SWOT, IFE, EFE, Matrik SWOT, dan Tabel Bobot Skor. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Hotel Syariah Batang Sianok perlu memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh hotel. Strategi ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan promosi, menjalin kerja sama dengan berbagai instansi, meningkatkan produk serta pelayanan jasa, menambah fasilitas yang ada serta memperbaiki kondisi bangunan hotel, dengan cara ini maka hotel akan lebih mudah untuk menarik calon pelanggan.

Kata Kunci: Hotel Syariah, Strategi Pengembangan, SWOT, IFE dan EFE

¹ Coresponding author.

PENDAHULUAN

Pada periode ini, industri perhotelan menjadi salah satu perusahaan dibalik pesatnya kemajuan sektor pariwisata.(Putri et al., 2023) Padahal, hotel syariah jelas berbeda dengan hotel tradisional. Hotel syariah sangat mementingkan penerapan prinsip syariah, yang bermanfaat karena mereka peduli dengan kemaslahatan pengunjungnya.(Asnah et al., 2023) Penerapan konsep hotel syariah meminimalisir citra negatif hotel, asumsi sosial baru bahwa hotel dipandang sebagai tempat penyalahgunaan narkoba, perjudian, zina dan perilaku negatif lainnya, yang tentu saja bertentangan dengan prinsip syariah.

Dalam menerapkan konsep Syariah Islam (Sabri et al., 2023) di bisnis perhotelan syariah itu sendiri, Hotel Syariah terbuka untuk semua pengunjung terlepas dari asal mereka. Namun, dalam penerapan ini pun, perlu diperhatikan aturan penerapan yang sangat berbeda dengan aturan hotel konvensional pada umumnya. Salah satu hotel syariah yang menawarkan kemudahan fasilitas tersebut adalah Hotel Syariah Batang Sianok .

Tabel 1
Daftar Harga Penginapan Hotel Syariah Batang Sianok

NO	Tipe Kamar	Jumlah Kamar	Harga/Tarif
1	Reguler	8 Kamar	Rp. 250.000
2	VIP	4 Kamar	Rp. 400.000

Sumber: Data Hasil Wawancara Kepada Pemilik Hotel Syariah Batang Sianok Kota Bukittinggi.

Berdasarkan data diatas terdapat 8 buah kamar reguler dan 4 buah kamar VIP yang dapat disewakan untuk pengunjung hotel. Pada kamar reguler pengunjung mendapatkan fasilitas kamar standar yang dimana ruangan tidak sebesar kamar VIP. Kamar reguler ini menyediakan tempat tidur beserta dengan selimut dan bantal untuk tempat tidur. Tidak hanya itu didalam kamar ini juga disediakan kamar mandi yang dimana didalamnya sudah disediakan peralatan mandi dan handuk baru. namun pada kamar VIP sedikit berbeda fasilitas yang diberikan, yakni pada besarnya ruangan kamar yang diberikan kepada pengunjung. Ukuran kamar VIP jauh lebih besar dibandingkan dengan kamar reguler. Fasilitas yang diberikan hampir mirip dengan kamar reguler, namun yang berbeda pada kamar VIP ini hanya dari ukuran kasur yang diberikan serta jumlah handuk dan peralatan mandi yang disediakan lebih banyak daripada kamar reguler. Hotel ini memang memiliki kamar sebanyak 22 kamar, namun saat ini 10 kamar yang masih dalam proses renovasi karena adanya sedikit kerusakan didalamnya.

Dalam upaya pengembangannya hotel syari'ah batang sianok, pemilik dan pengelola hotel masih melakukan promosi *Word Of Mouth (WOM)*. Yang dimana strategi ini akan berjalan ketika pengunjung yang merasa nyaman telah menginap di hotel ini, lalu menyampaikan kepada teman atau kenalan yang lain untuk berkunjung ke hotel ini. Tentu saja metode ini masih jauh dengan metode yang dijalankan oleh pemilik hotel yang lain. Namun dalam upaya pengembangannya, pemilik hotel masih percaya dengan metode yang digunakannya saat ini. Karena pemilik hotel berharap hotelnya dikenal sebagai hotel yang sangat menerapkan prinsip syar'iah dan terutama menjunjung prinsip kekeluargaan dalam melayani konsumennya.

Berdasarkan penjabaran diatas penulis sangat tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana upaya pengembangan yang dilakukan hotel syariah batang sianok ini dalam

menjalankan usahanya. Karena hotel ini mempunyai nilai lebih untuk dapat berkembang dengan maksimal jika dikelola dan pengelola melakukan upaya pengembangan yang tepat dalam menjalankan usahanya. Faktor yang membuat penulis tertarik untuk meneliti hotel ini karena, lokasi hotel ini sangat mudah diakses dan mudah dicari karena berlokasi tepat dipinggir jalan raya, namun dari segi penampilan hotel ini memang masih sedikit kuno yang dimana membuat pengunjung kurang tertarik untuk menginap di hotel ini. Namun saat ini pemilik hotel sedang melakukan berbagai renovasi yang dimana ini merupakan salah satu upayanya untuk menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel syariah batang sianok.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Lokasi yang dijadikan objek kajian dalam penelitian adalah Hotel Syariah Batang Sianok kota Bukittinggi, yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta No. 73, Campago Ipuh, Kec. Mandiangin Koto Selatan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan pada Desember 2022 sampai Juli 2023.

Jenis dan sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Peneliti memperoleh informasi langsung dari sumbernya yaitu pemilik Hotel Syariah Batang Sianok. Dalam hal ini peneliti langsung ke lokasi dan melakukan wawancara dengan informan pemilik dan karyawan Hotel Syariah Batang Sianok. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi dan juga bersumber dari karya tulis yang berhubungan dengan penelitian strategi pengembangan hotel.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi atau observasi langsung terhadap strategi pengembangan bisnis Hotel Batang Sianok Syariah, dilanjutkan dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data, khususnya analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data dilakukan dan setelah pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu. Analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, analisis matrik IFE dan EFE, analisa matrik SWOT, dan analisa total bobot skor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut penulis akan menjelaskan tentang analisis SWOT dalam pengembangan Hotel Syariah Batang Sianok:

Analisis SWOT ini didasarkan pada analisis logis yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matriks SWOT, analisis matriks IFE dan EFE, dan analisis skor total tertimbang juga digunakan pada tahap ini. Pembobotan digunakan untuk mengurutkan faktor internal dan eksternal Hotel Batang Sianok Syariah. Dianggap penting, tidak penting, cukup penting, dan sangat penting. Bobot diurutkan berdasarkan 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), dan 0,20 (tinggi). Penilaian sekarang digunakan untuk menilai seberapa penting atau tidak pentingnya faktor internal dan eksternal bagi pembangunan. Peringkat berkisar dari 1 sampai 4, dengan 1 (tidak penting), 2 (sangat penting), 3 (penting), dan 4 (sangat penting).

Faktor internal dan eksternal diberi nilai berdasarkan bobot dan skornya. Kemudian kalikan nilai tersebut untuk mendapatkan jumlah studi, dan jumlahkan angka tersebut

berdasarkan faktor internal dan eksternal. Setelah semua nilai dijumlahkan, strategi dengan nilai terbesar dipilih. Penilaian lebih detail mengenai faktor internal dan eksternal Hotel Batang Sianok Syariah dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2
IFE: Hotel Syariah Batang Sianok

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
1	Kekuatan (<i>Strength</i>) - Produk dan layanan yang ditawarkan sudah dikenal baik oleh para tamu - Tarif yang ditawarkan kompetitif dan sesuai dengan standar hotel sekelas melati - Hotel Syariah Batang Sianok terletak dilokasi yang strategis, dipinggir jalan dan akses menuju tempat wisata	0.10 0.10 0,15	2 3 4	0.18 0.30 0.60
	Sub Total	0.35		1.08
2	Kelemahan (<i>Weakness</i>) - Tidak adanya TV di kamar reguler - Makanan dan minuman tidak disediakan pihak hotel langsung - Kamar mandi masih menggunakan WC jongkok - Kurangnya promosi yang dilakukan mengakibatkan adanya masyarakat yang belum mengenal dan belum tertarik dengan Hotel Batang Sianok - Kurangnya karyawan yang direkrut untuk mengelola hotel - Kurangnya pemahaman SDM tentang pengelolaan hotel yang baik dan benar - Bentuk bangunan masih belum bernuansa modern atau sedikit kuno - Nuansa hotel sedikit menyeramkan dikarenakan kurangnya cahaya didalam hotel	0.06 0.10 0.05 0.12 0.10 0.07 0.07 0.08	2 3 2 4 3 3 3 3	0.12 0.30 0.10 0.48 0.30 0.21 0.21 0.24
	Sub Total	0,65		1,96
	Total	1		3.04

Sumber: data diolah (Penelitian Lapangan)

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE di atas, didapatkan inner side yaitu setiap elemen memiliki kekuatan sebesar 1,08 dan kelemahan sebesar 1,96, sehingga diperoleh skor total terbobot sebesar 3,04 pada tabel IFE. Hal ini menunjukkan bahwa kelemahan dari Hotel Syariah Batang Sianok lebih besar daripada kekuatan yang ada.

Tabel 3
EFE Hotel Syariah Batang Sianok

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
1	Peluang (<i>Opportunities</i>) - Bukittinggi Sebagai Kota Wisata - Masyarakat Bukittinggi Bermajoritas Muslim - Bukittinggi sebagai pusat perbelanjaan grosir	0,20 0,18 0,15	4 4 3	0,80 0,72 0,45
	Sub Total	0,53		1,97
2	Ancaman (<i>Threat</i>) - Lebih banyak hotel yang sedang dibangun di sekitar Batang Sianok Syariah Hotel - Terdapatnya hotel berbintang yang mana hotel syariah batang sianok hanya hotel kelas melati, sehingga hotel ini tidak memiliki fasilitas selengkap hotel pesaing - Terjadinya fluktuasi perekonomian masyarakat	0.16 0.16 0.15	3 4 3	0,48 0,64 0,45
	Sub Total	0.47		1,57
	Total	1		3,54

Sumber: Hotel Syariah Batang Sianok

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor hotel. Matriks EFE mewakili kondisi eksternal hotel. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas dapat kita lihat dari luar bahwa nilai Bobot peluang untuk setiap item adalah 1,97, sedangkan Ancaman adalah 1,57. Nilai bobot total 3,54 ditentukan dalam tabel EFE. Hal ini menunjukkan bahwa Hotel Syariah Batang Sianok memiliki peluang yang lebih besar daripada ancaman.

Setelah mendapatkan matriks IFE dan EFE, Hotel Syariah Batang Sianok dapat melanjutkan dengan menginput data matriks IFE dan EFE yang ada ke dalam analisis SWOT. Empat strategi umum muncul ketika menentukan kombinasi strategi S, W, O, dan T: strategi SO, WO, ST, dan WT. Setiap strategi menggambarkan kombinasi strategi untuk setiap elemen yang ada. Setiap strategi juga memiliki kelebihannya masing-masing.

Formulasi strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Hotel Batang Sianok dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Formulasi Strategi Hotel Syariah Batang Sianok

	Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> 1. Produk dan layanan yang ditawarkan sudah dikenal baik oleh para tamu 2. Tarif yang ditawarkan kompetitif dan sesuai dengan standar hotel sekelas melati 3. Hotel Syariah Batang Sianok terletak di lokasi yang strategis, dipinggir jalan dan akses menuju tempat wisata 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya TV di kamar reguler 2. Makanan dan minuman tidak disediakan pihak hotel langsung 3. Kamar mandi masih menggunakan WC jongkok 4. Kurangnya promosi yang dilakukan mengakibatkan adanya masyarakat yang belum mengenal dan belum tertarik dengan Hotel Batang Sianok 5. Kurangnya karyawan yang direkrut untuk mengelola hotel 6. Kurangnya pemahaman SDM tentang pengelolaan hotel yang baik dan benar 7. Bentuk bangunan masih belum bernuansa modern atau sedikit kuno 8. Nuansa hotel sedikit menyeramkan dikarenakan kurangnya cahaya didalam hotel
Opportunity (O)		Strategi (SO)	Strategi W(O)
1. Bukittinggi Sebagai Kota Wisata 2. Masyarakat Bukittinggi Bermajoritas Muslim 3. Bukittinggi Sebagai Pusat Grosir Perbelanjaan		<ul style="list-style-type: none"> a. Memperkuat citra di mata masyarakat dengan mengedepankan prinsip-prinsip Islam. b. Menjalin kerjasama dengan berbagai instansi pemerintah dan swasta. c. Meningkatkan variasi produk untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan potensial 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Menambah fasilitas yang ada di hotel batang sianok demi menarik wisatawan Bukittinggi 2. Melakukan strategi promosi keberbagai media sosial dan juga ke berbagai instansi 3. Meningkatkan kualitas produk dan jasa 4. Meningkatkan kinerja karyawan dalam mengelola hotel 5. Memperindah bentuk bangunan serta nuansa hotel agar menarik calon pelanggan
Threat (T)		Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Berdirinya hotel-hotel lain disekitar Hotel Syariah Batang		<ul style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan daya saing melalui kualitas produk serta pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Memberikan respon dan tanggapan yang baik terhadap pelanggan

<p>Sianok</p> <p>2. Terdapatnya hotel berbintang yang mana hotel syariah batang sianok hanya hotel kelas melati, sehingga hotel ini tidak memiliki fasilitas selengkap hotel pesaing</p> <p>3. Terjadinya fluktuasi perekonomian masyarakat</p>	<p>2. Meningkatkan kualitas SDM terhadap karyawan</p> <p>3. Memperbarui dan mengembangkan teknologi yang ada dan berpengaruh untuk perkembangan hotel</p> <p>4. Menawarkan harga yang terjangkau kepada calon pelanggan disaat terjadinya fluktuasi perekonomian</p>	<p>2. Melakukan pemberahan manajemen dan marketing</p> <p>3. Mensetarakan harga sesuai dengan standar hotel yang dimiliki</p> <p>4. Memperbaiki fasilitas dan bentuk bangunan hotel agar terbangun citra yang baik untuk menarik calon pelanggan</p>
---	--	--

Selama fase analisis tabel bobot, beberapa fase dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, matriks IFE dan EFE, serta membuat matriks SWOT yang akan membantu menentukan strategi yang tepat untuk masa depan. Untuk meningkatkan pemilihan strategi, strategi harus dianalisis dengan menggunakan teknik evaluasi berbobot seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 5
Tabel Bobot Skor**

Internal/ Eksternal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan) W
<i>Opportunity</i> (Peluang) O	Strategi S-O Total Skor $S+O = 1.08+1.97 = 3.05$	Strategi W-O Total Skor $W+O = 1.96+1.97 = 3.93$
<i>Threat</i> (Ancaman) T	Strategi S-T Total Skor $S+T = 1.08+1.57 = 2.65$	Strategi W-T Total Skor $W+T = 1.96+1.57 = 3.53$

Dari total skor yang digambarkan diatas, maka strategi utama yang di pilih untuk mengembangkan hotel dalam meningkatkan perkembangan hotel adalah strategi WO yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh hotel. Strategi ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan promosi, menjalin kerja sama dengan berbagai instansi, meningkatkan produk serta pelayanan jasa, menambah fasilitas yang ada serta memperbaiki kondisi bangunan hotel, dengan cara ini maka hotel akan lebih mudah untuk menarik calon pelanggan.

Berdasarkan prespektif etika bisnis Islam, Hotel Syariah ini telah dijalankan sesuai dengan etika bisnis Islam, yang dimana prinsip etika bisnis Islam yang sudah terlaksana yaitu:

1. Tauhid, seperti tersedianya mushalla beserta tempat wudhu, dan disetiap kamar tersedia fasilitas untuk beribadah dan terdapat arah petunjuk kiblat. Dan juga pihak hotel sering memutar murottal ayat suci Al-Qur'an untuk menciptakan suasana Islami. Serta pasangan lawan jenis selain pasangan suami istri tidak diperbolehkan menginap di satu kamar.
2. Adil, dapat dilihat dari pengupahan karyawan yang sudah sesuai dengan UMR (Upah Minimum Regional). Dan juga harga kamar yang ditawarkan serta fasilitas yang di dapatkan pada hotel sudah sesuai.
3. Kehendak bebas (*Ikhtiar*), dapat dilihat dari kebebasan tamu dalam menyampaikan keluhan melalui media yang telah disediakan pihak hotel.
4. Tanggung Jawab, dilakukan dengan tetap menjaga kebersihan dengan begitu tamu hotel akan nyaman saat menginap di Hotel Syariah Batang Sianok.
5. Ihsan, yaitu pada pakaian yang dikenakan oleh para karyawan sudah sesuai dengan syariah Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Hotel Syariah Batang Sianok maka dikemukakan kesimpulan bahwa Hotel Syariah Batang Sianok masih belum memiliki strategi

yang tepat dalam proses pengelolaan hotelnya. Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan Hotel Syariah Batang Sianok adalah strategi W-O (Weakness-Opportunity) yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh hotel.

Menurut prinsip etika bisnis Islam dapat disimpulkan Hotel Syariah Batang sianok sudah dijalankan sesuai etika bisnis Islam. Yang dimana telah menerapkan prinsip Tauhid, dengan menyediakan mushalla serta fasilitas untuk beribadah. Adil, dapat dilihat dari pengupahan karyawan yang sudah sesuai dengan UMR. Kehendak bebas (Ikhtiar), dapat dilihat dari kebebasan tamu dalam menyampaikan keluhannya. Tanggung Jawab, dilakukan dengan tetap menjaga kebersihan hotel. Serta Ihsan, yaitu pada pakaian yang dikenakan oleh para karyawan sudah sesuai dengan syariah Islam

DAFTAR PUSTAKA

- Aravik, Fakhry Zamzam Havis. 2020. Etika Bisnis Islam. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Ariyanto. 2012. Desain Interior Hotel Syariah. Jurnal: Vol. 3, No. 2
- Baharuddin, A. Zamakhsyari, dan Fadhil Amin Al Hasan. 2018. Perkembangan Bisnis Hotel Syariah di Indonesia. Jurnal: Al'-Adl, Vol. 11, No. 1
- Hardani, dan Dkk. 2020. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup
- Muthoifin. 2015. Fenomena Maraknya Hotel Syariah: Studi Efektivitas, Existensi, dan Kesyariahan Hotel Syariah di Surakarta. University Research Colloquium
- Nisak, Zuhrotun. 2013. Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif, Jurnal Ekbis, 9 (2)
- Pratomo, Aditya, dan Agung Gita Subakti. 2017. Analisis Konsep Hotel Syariah Pada Hotel Sofyan Jakarta Sebagai World's Best Family Friendly Hotel. Cipta: Jurnal Sains Terapan Pariwisata: Vol. 2, No.3
- Rangkuti, dan Freddy. 2003. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, dan F. 2008. Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Rezeki, dan Irwansyah. 2011. Strategi Komunikasi Change Management (Studi Kasus Perubahan Konsep Bisnis dari Hotel Konvensional ke Hotel Syariah). Jurnal: Semai Komunikasi, Vol. 11, No. 1
- Sugiono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sule, Ernie Tisnawati dan Saefullah Kurniawan. 2005. Pengantar Manajemen Edisi Pertama. Jakarta Kencana
- Yusri, Fadhilla. 2014. Instrumentasi Non Tes Dalam Konseling. Bukittinggi
- Asnah, A., Sabri, S., Febrianti, E., & Al-Amin, A.-A. (2023). Konsep Pemeliharaan Harta Dalam Perspektif Konvensional Dan Syariah. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 11033–11046.
- Putri, F. A., Anggreni, M., Azhari, M., Fitriani, R. E., Febrian, R. A., Suryani, Z., Herdiamy, E. N., Handayani, D., Astuti, T. Y., Rosdiyanti, V., & others. (2023). Analysis of The Influence of Halal Tourism on the Interest of Foreign Tourist: Case Study on Islamic Tourism Places in West Sumatra. *AJARCDE (Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment)*, 147–150.

Sabri, S., Febrianti, E., Asnah, A., & Al-Amin, A.-A. (2023). Konsep Rasional Ekonomi Konvensional Dan Syariah Melalui Berbagai Perspektif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 11047–11058.