

ANALISIS GARAR PADA JUAL BELI ONLINE MELALUI RESELLER

Nurhikmayani

Institute agama islam negeri parepare

Nurhikmayani5@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Garar, buy, sell, reseller

Kata Kunci:

Garar, jual, beli, reseller

This research aims to analyze the influence of the presence of resellers in online buying and selling transactions on the level of consumer trust in the authenticity of the products purchased. The research method used is qualitative with a descriptive analytical approach. Data was collected through in-depth interviews and observations of resellers and consumers involved in online transactions. The research results show that the presence of resellers can influence consumer confidence in product authenticity, especially related to the quality, genuineness and originality of the products offered. These findings provide important insights for business practitioners in managing online buying and selling transactions through reseller systems to increase consumer trust and ensure customer satisfaction.

Thus, the abstract summarizes the objectives, methods, findings and guarantees from research conducted regarding the influence of the presence of resellers in online buying and selling transactions on consumer trust in product authenticity.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keberadaan reseller dalam transaksi jual beli online terhadap tingkat kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk yang dibeli. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap reseller dan konsumen yang terlibat dalam transaksi online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan reseller dapat memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk, terutama terkait dengan kualitas, keaslian, dan keandalan produk yang ditawarkan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi praktisi bisnis dalam mengelola transaksi jual beli online melalui sistem reseller untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memastikan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, abstrak tersebut merangkum tujuan, metode, temuan, dan implikasi dari penelitian yang dilakukan terkait dengan pengaruh keberadaan reseller dalam transaksi jual beli online terhadap kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, praktik jual beli online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kegiatan konsumen modern. Transaksi online melalui berbagai platform e-commerce memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen untuk memperoleh berbagai produk tanpa harus keluar rumah. Hal ini tidak hanya mengubah cara konsumen berbelanja, tetapi juga membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek bisnis dan ekonomi. Salah satu model transaksi online yang semakin populer adalah melalui reseller. Reseller adalah pihak yang membeli produk dari produsen atau distributor untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Model ini memberikan fleksibilitas baik bagi reseller maupun konsumen. Bagi reseller, ini adalah peluang bisnis tanpa harus mengelola inventaris yang besar. Bagi konsumen, ini menawarkan lebih banyak pilihan produk dan sering kali harga yang kompetitif.

Namun, di balik kemudahan dan keuntungan tersebut, terdapat tantangan besar dalam menjaga kepercayaan konsumen, terutama dalam hal keaslian produk. Konsumen cenderung waspada terhadap produk yang dijual oleh reseller karena ada risiko mendapatkan barang palsu atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk menjadi fokus utama dalam transaksi online melalui reseller. Dalam konteks nilai-nilai Islam, kepercayaan ini menjadi lebih penting lagi. Islam mengajarkan prinsip-prinsip etika bisnis yang ketat dan menekankan pentingnya kehalalan produk. Produk yang dijual harus tidak hanya asli tetapi juga halal, memenuhi standar yang diakui dalam Islam. Kehalalan produk mencakup tidak hanya bahan-bahan yang digunakan tetapi juga proses produksinya, termasuk bagaimana produk tersebut diproduksi, diproses, dan dipasarkan.(Addury, 2023)

Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam mengharuskan semua pihak yang terlibat dalam transaksi online untuk jujur dan transparan. Penjual harus memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan tentang produk mereka. Hal ini mencakup memberikan deskripsi yang akurat, menyatakan kondisi sebenarnya dari produk, dan memastikan bahwa produk tersebut benar-benar halal dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, penekanan diberikan pada beberapa aspek penting, termasuk kepercayaan konsumen, etika bisnis Islam, strategi pemasaran, kepuasan konsumen, dan sertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang bagaimana transaksi jual beli online melalui reseller dapat dilakukan secara lebih etis dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.(Aulia & Ridlwan, 2023)

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam konteks transaksi jual beli online melalui reseller, terdapat beberapa teori dan konsep yang menjadi landasan penting dalam memahami praktik bisnis ini. Berikut adalah tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian ini:(Wahyu et al., 2023)

1. Teori Strategi Pemasaran: Teori ini mencakup strategi penetapan harga berbasis biaya, permintaan, atau diferensiasi harga. Dengan menyesuaikan strategi pemasaran dengan kondisi pasar dan nilai produk, dapat membantu dalam mencapai kesuksesan dan memenangkan persaingan.(Adisaputra et al., 2023)
2. Teori Kepuasan Konsumen: Teori ini menekankan pentingnya memastikan penyerahan barang tepat waktu, kualitas barang yang terjamin, dan transparansi

informasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam bertransaksi online.(Studi et al., 2023)

3. Teori Sertifikasi Halal: Teori ini mencakup pentingnya memperoleh sertifikasi halal dari otoritas keagamaan yang berwenang dalam konteks kehalalan produk. Hal ini dapat memberikan keyakinan kepada konsumen Muslim mengenai kehalalan barang yang dibeli.(Satar & Astari, n.d.)
4. Teori Etika Bisnis dalam Islam: Teori ini menyoroti pentingnya menjaga etika bisnis dalam perspektif Islam, termasuk keaslian produk, transparansi informasi, dan kualitas layanan. Etika bisnis yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap reputasi bisnis dan kepercayaan konsumen.(Budiono & Effendi, 2021)

Dengan mempertimbangkan teori-teori di atas, penelitian ini memberikan landasan teoritis yang kuat dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi transaksi jual beli online melalui sistem reseller, termasuk kepercayaan konsumen, etika bisnis, strategi pemasaran, kepuasan konsumen, dan sertifikasi halal. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap teori-teori tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan praktik bisnis online yang lebih berkualitas dan sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi.(Economics et al., 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis fenomena jual beli online melalui reseller dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk. Berikut adalah gambaran mengenai metode penelitian yang digunakan:(Sari, 2024)

1. Desain Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, yaitu praktik jual beli online melalui reseller dan analisis garar dalam transaksi tersebut.(Studi et al., 2024)
2. Pengumpulan Data: Data untuk penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen terkait praktik jual beli online melalui reseller. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sudut pandang yang beragam dan komprehensif terkait fenomena yang diteliti. (Safirah, N. (2022).
3. Analisis Data: Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan tematik. Proses analisis data dilakukan dengan merangkum, mengelompokkan, dan mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari data untuk menjawab rumusan masalah penelitian. (Supianti, S. (2020).
4. Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, dilakukan langkah-langkah seperti triangulasi data, verifikasi oleh responden, dan refleksi peneliti. Hal ini bertujuan untuk memastikan keabsahan temuan dan kehandalan analisis yang dilakukan. (Syahrir, A. B. (2022).

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode pengumpulan data yang relevan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang praktik jual

beli online melalui reseller dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan praktik bisnis online yang lebih transparan, etis, dan sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi. (Sm, Z. (2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

hasil dari penelitian ini mencakup beberapa poin penting:

1. **Jual Beli Online Melalui Reseller:** Praktik jual beli online melalui reseller adalah ketika individu atau perusahaan membeli produk dari penjual utama atau distributor, kemudian menjualnya kembali kepada konsumen akhir dengan harga yang mungkin lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Reseller memainkan peran penting dalam rantai distribusi produk, terutama dalam e-commerce, dengan memperluas jangkauan produk dan memberikan nilai tambah seperti layanan pelanggan yang lebih dekat dengan konsumen. (Sartika, S. D. (2018).
2. **Analisis Gharar pada Jual Beli Online Melalui Reseller:** Penelitian ini menganalisis fenomena gharar (ketidakpastian) dalam transaksi online melalui reseller. Gharar dapat terjadi dalam berbagai aspek transaksi, seperti ketidakjelasan objek, ketidakpastian harga, dan ketidakjelasan jumlah objek yang diperdagangkan. (Rudiansyah, R. (2021).
3. **Pengaruh Reseller terhadap Kepercayaan Konsumen:** Penelitian juga mengeksplorasi apakah keberadaan reseller dalam transaksi jual beli online mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk yang dibeli. Hal ini penting untuk memahami bagaimana peran reseller dapat memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka beli. (Rusdi, M. (2022).

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik jual beli online melalui reseller, analisis gharar dalam transaksi tersebut, dan dampak keberadaan reseller terhadap kepercayaan konsumen. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi bisnis, akademisi, dan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce. (Nur,dkk (2022)

B. Pembahasan

1. **Interpretasi Temuan:** Pembahasan dapat mencakup interpretasi dari temuan-temuan yang ditemukan selama penelitian, seperti signifikansi praktis dari hasil-hasil tersebut dalam konteks jual beli online melalui reseller. (Anwar, W. S. (2022).
2. **Implikasi:** Pembahasan juga mungkin membahas implikasi dari temuan-temuan tersebut, baik dalam konteks teoritis maupun praktis. Hal ini dapat mencakup bagaimana temuan tersebut dapat memengaruhi pemahaman kita tentang praktik bisnis online dan kepercayaan konsumen. (Awalia, N. (2019)
3. **Keterbatasan Penelitian:** Bagian pembahasan juga biasanya mencakup keterbatasan-keterbatasan dari penelitian yang dilakukan, seperti batasan metodologi, kendala dalam pengumpulan data, atau faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi validitas temuan. (Desriana, D. U. (2020).
4. **Relevansi dengan Penelitian Sebelumnya:** Pembahasan juga dapat mengaitkan temuan-temuan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam bidang yang sama

atau terkait. Hal ini dapat membantu memperkuat kontribusi penelitian ini terhadap literatur yang sudah ada. (Hardiansyah, M. (2021)

5. Rekomendasi: Pembahasan juga mungkin mencakup rekomendasi untuk penelitian selanjutnya atau implikasi praktis bagi para praktisi bisnis atau kebijakan yang terkait dengan temuan penelitian. (Hajra, S. (2022).

Dengan demikian, bagian pembahasan dari penelitian tersebut dapat memberikan konteks yang lebih luas dan mendalam terkait dengan temuan-temuan yang disajikan dalam hasil penelitian. Jika Anda ingin informasi lebih spesifik tentang pembahasan yang terdapat dalam tersebut, (Khairunnisa, K. (2021) .saya sarankan untuk merujuk langsung ke dokumen tersebut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. (Mansyur, M. (2018).

SIMPULAN

kesimpulan dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi transaksi jual beli online melalui reseller, serta implikasinya bagi praktik bisnis dan kebijakan terkait. Kesimpulan ini dapat menjadi landasan untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang e-commerce dan bisnis online.

REFERENSI

- Ajuna, L. H. (2019). Penerapan Akad Pembiayaan Syariah Dan Regulasinya Di Indonesia. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 7(1), 112-130.
- Anwar, W. S. (2022). *Analisis Hukum Ekonomi Syariah Tentang Pendapatan Hasil Barang Tarikan Di Kantor Kredit Plus Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN parepare).
- Awalia, N. (2019). *Minat Konsumen dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Dina, D. L. (2020). *Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Daster Sistem Random Pada Omahghemes Purwokerto* (Doctoral dissertation, IAIN PURWOKERTO).
- Desriana, D. U. (2020). *Manajemen Resiko dalam Penyelesaian Masalah Setor Tunai di ATM Bank Mandiri Parepare (Analisis Ekonomi Islam)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Hardiansyah, M. (2021). *Mekanisme Penetapan Harga Pakaian Bekas di Pasar Senggol Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Hajra, S. (2022). *Penanggulangan Kemiskinan: antara Pemerintah dan Masyarakat di Kecamatan Bacukiki Kota Parepare Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Hamsir, H., & Anis, M. (2021). Kredit Pembiayaan Mobil dengan Akad Murabahah pada Bank Syariah Indonesia Watampone. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 44-52.
- Khairunnisa, K. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Parepare)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

- Mansyur, M. (2018). *Sistem Pengelolaan Zakat di Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Muhammadiyah Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Nur, R., Aris, M., Suhermin, M., Amelia, F., Nurfadilah, N., Hafizah, N., ... & Asikin, R. (2022). Pemahaman Mahasiswa Muamalah IAIN Parepare terhadap Asuransi Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 1-10.
- Rusdi, M. (2022). *Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Cangkang Kerang)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare)
- Rudiansyah, R. (2021). *Konsep Ekonomi Kerakyatan Menurut Mubyarto dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare)..
- Sartika, S. D. (2018). *Peran Pemerintah Kota Parepare dalam Mengembangkan Ekonomi Kerakyatan Menurut Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Sm, Z. (2023). *Tinjauan Maqashid Syariah Terdapat Perilaku Konsumtif Trend Pemilihan Hndphone (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Parepare)* (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).
- Sari, D. M., & Anis, M. (2021). IMPLEMENTASI NILAI-NILAI HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*, 182-189.
- Syahrir, A. B. (2022). *Konsep Masalahah Dalam Ekonomi Islam Menurut Asy-Syatibi* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Supianti, S. (2020). *Analisis Hukum Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Online (Studi di Jampue Kabupaten Pinrang)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Safirah, N. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa FEBI IAIN Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Addury, M. M. (2023). *Pemaknaan Laba Usaha di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah*. 5(2), 105–116.
- Adisaputra, T. F., Nurarsy, M., Mariska, L., Syam, S., Azzahra, A., Huda, N., & Agriyaningsih, P. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. 5(2), 63–73.
- Aulia, N. D., & Ridlwan, A. A. (2023). *Analisis Kelayakan Bisnis pada Produk Sustainable Fashion untuk Mewujudkan SDGs Poin 12 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Produk Cariyos)*. 5(2), 86–104.
- Budiono, I. N., & Effendi, A. (2021). *Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal melalui Peran Aktif Perbankan Syariah*. 3(November).
- Economics, S., Program, S., Economics, S., Program, S., Banking, S., & Program, S. (2021). *APPLICATION OF THE PRINCIPLE OF CONTRACTING BALANCE TO THE ISLAMIC BANKING MUDHARABAH AGREEMENT IN INDONESIA IN AN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE*. 3(November).
- Sari, S. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Collaborative Governance Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu*. 6.
- Satar, M., & Astari, D. (n.d.). *Peran Lingkungan Kerja Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Karyawan BRI Unit Mallawa Cabang Barru*. 3.
- Studi, P., Syariah, E., Keislaman, F., Madura, U. T., Ardyansyah, F., Studi, P., Syariah, E., Keislaman, F., & Madura, U. T. (2023). *Implementasi Strategi Pemasaran Bank*

Syariah Indonesia Lamongan untuk Meningkatkan Nasabah dalam Prespektif Pemasaran Syariah. 5(2).

- Studi, P., Syariah, E., Studi, P., Syariah, E., Studi, P., Syariah, E., Semaun, S., Studi, P., Syariah, E., Putri, A., Adani, Z., Studi, P., & Syariah, E. (2024). *Kebijakan Pengelolaan Retribusi Pasar dalam Menunjang Pendapatan Asli Daerah Pasar Kampiri Kecamatan Pammana Kabupaten Wajo*. 6.
- Wahyu, A. R. M., Anwar, W. A., & Muslimin, S. (2023). *Zakat Empowerment Model in Islamic Boarding School*. 5(2), 74–85. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5112>
- YUSCAHYANI, L. D. (2019). *ANALISIS PRODUK ASURANSI DAN INVESTASINYA PADA PT ASURANSI TAKAFUL KELUARGA KCP YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).
- Syatar, A., Mundzir, C., & Amiruddin, M. M. (2022, April). Religious Moderation Values in The COVID-19 Vaccine Phenomenon in Indonesia. In *9th Asbam International Conference (Archeology, History, & Culture In The Nature of Malay)(ASBAM 2021)* (pp. 619-622). Atlantis Press.
- Jamaluddin, S., & BN, A. M. T. (2024). Examining the Istihsan Systems of the Indonesian Ulama Council (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), and Muhammadiyah. *Jurnal Marital: Kajian Hukum Keluarga Islam*, 2(2), 115-130.
- Hasim, H. (2023). ISLAMIC LAW PHILANTHROPY IN INSTITUTIONS AND URBAN VILLAGE COMMUNITY EMPOWERMENT PATTERNS IN PAREPARE CITY. *Al-Risalah Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, 20-32.
- Azizah, N., Hamang, M. N., & Hannani, H. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Syariah Pada Hotel Syariah Atiqa Pinrang. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(01), 01-16.
- Nurhalimah, N., Firman, F., & Damirah, D. (2023). KEBANGKITAN PRINSIP SYARIAH DALAM PENGELOLAAN PARIWISATA: RUMAH TERAPUNG DI SOPPENG. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(02), 145-155.
- Sultan, S. (2022). Small Medium Micro Business Strategies During Covid-19 Time In Barru District, Barru Regency (Sharia Financial Management Analysis). *IFAR*, 17-23.
- STRATEGI MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP PENINGKATAN PROFITABILITAS UPS PEGADAIAN SYARIAH LANRISANG KABUPATEN PINRANG
- Dewintara, E., Semaun, S., & Bahri, A. (2024). Orientasi dan strategi bertahan persaingan kewirausahaan perempuan pada UMKM.
- Rachman, M., Semaun, S., Suarning, S., Mahsyar, M., & Zubair, M. K. (2024). The Impact of Productive Zakat on Improving the Welfare of Mustahik Micro Enterprises At the National Zakat Amil Agency (BAZNAS) Parepare City. *Jurnal Ar-Ribh*, 7(1).
- Suras, M., & Semaun, S. (2024). PENGELOLAAN KEUANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) PADA USAHA BUMBUNG INDAH KOTA PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH). *MONETA*, 28-41.

- Putri, W. R., & Semaun, S. (2023). Pengaruh Biaya Produksi terhadap Pendapatan Petani Jagung Desa Benteng Paremba Pinrang (Analisis Ekonomi Islam). *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 27-44.
- Setiyawati, D., Semaun, S., & Muhammadun, M. (2023). Implementasi Corporate Social Re Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Angkasa Pura I Makassar Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1(2), 1-7.
- Zubair, M. K., & Semaun, S. (2023). Pemberdayaan Istri Nelayan Ujung Lero Dalam Mengolah Produk Home Industry Berbahan Dasar Ikan. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 363-370.
- Fahrul, M., Semaun, S., & Zubair, M. K. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA MENRALO BEACH. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 2(01), 18-25
- Djubaedi, D. (2021). Meningkatkan Motivasi Mahasiswa dalam Membangun Jiwa Nasionalisme melalui Program Sabbatical Leave. *Jurnal Abdimas Le Mujtamak*, 1(2), 78-92.
- Inawati, I., Erwin, E., & Musmulyadi, M. (2022). CORRELATION OF THE USING ONLINE LEARNING SYSTEMS (ELEARNING) ON STUDENT LEARNING SATISFACTION. *ISCE: Journal of Innovative Studies on Character and Education*, 6(1), 127-133.
- Fadillah, Y., & Ilmi, A. D. (2022). Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Mengukur Kinerja Keuangan Pt. Jasa Raharja Perwakilan Parepare. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 1(1), 52-64.
- Syarifuddin, A. D. I. (2023). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE. *Funds: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*, 2(2), 140-154.
- Anugrah, M. R., Arqam, A., & Syarifuddin, A. D. I. (2023). FAKTOR PENGHAMBAT DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 2(01), 11-17.
- Akbar, M. A., Semmaun, S., & Frihatni, A. A. (2022). METODE DOLLAR COST AVERAGING (DCA) PADA INVESTASI SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 1(1), 1-19.
- Islahi, A. A. (2013). First vs. second generation Islamic economists: Deviations and differences in thoughts.
- Amiruddin, M., Yuniardyanti, S., Aisya, C. S., & Firdaus, M. R. M. (2023). Perawatan kuku untuk kesehatan jasmani dan rohani sebagai sunah Nabi Muhammad SAW. *Medika: Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 3(2), 22-26.