

**STRATEGI BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN*****ISLAMIC BUSINESS STRATEGY IN INCREASING SALES***

**Elissya Lusiana Putri¹, Nyimas Shela Oktaviana², Muhammad Iqbal Al Farizi³,
M. Ariel Ariansyah⁴**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang

Email : elissyalusiana@gmail.com¹, Nyimasshelaoktaviana@gmail.com², muhammadiqbalalfarizi940@gmail.com³,
arielariansyah00@gmail.com⁴

Article Info**Article history :**

Received : 04-05-2025

Revised : 05-05-2025

Accepted : 07-05-2025

Published : 09-05-2025

Abstract

This article discusses Islamic business strategies as an ethical and religious approach to increasing sales amidst modern market competition. Grounded in Sharia principles such as tawhid (faith in God), justice, honesty, trustworthiness, and the prohibition of riba, gharar, and maysir, Islamic business strategies prioritize not only financial profit but also spiritual blessings, social sustainability, and moral responsibility. The implementation of these strategies has proven effective in building consumer trust, enhancing customer loyalty, expanding the halal market, and creating long-term competitive advantages. A comparison with conventional business strategies highlights that Islamic business emphasizes ethical processes in achieving outcomes. Therefore, Islamic business strategies offer a superior and relevant alternative in today's modern and globalized era.

Keywords: *Islamic Business Strategy, Sales, Business Ethics*

Abstrak

Artikel ini membahas strategi bisnis Islam sebagai pendekatan etis dan religius dalam meningkatkan penjualan di tengah persaingan pasar modern. Dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah seperti tauhid, keadilan, kejujuran, amanah, serta larangan terhadap riba, gharar, dan maysir, strategi bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mengedepankan keberkahan, keberlanjutan sosial, dan tanggung jawab moral. Penerapan strategi ini terbukti mampu membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas pasar halal, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Perbandingan dengan strategi konvensional juga menunjukkan bahwa bisnis Islam lebih menekankan proses yang etis dalam mencapai hasil. Oleh karena itu, strategi bisnis Islam menjadi alternatif unggul yang relevan di era modern dan global.

Kata Kunci: *Strategi Bisnis Islam, Penjualan, Etika Bisnis*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai etika dan keberlanjutan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Banyak strategi konvensional yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan, namun tidak jarang strategi tersebut mengabaikan aspek moral, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Hal ini menyebabkan munculnya berbagai praktik bisnis yang merugikan konsumen, mencemari lingkungan, dan menimbulkan ketimpangan ekonomi (Al-Ghazali, 2005).



Islam sebagai agama yang menyeluruh telah memberikan pedoman yang jelas dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam hal strategi bisnis. Strategi bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, larangan riba, serta kewajiban untuk menjual produk yang halal dan *thayyib*. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga mengharapkan keberkahan dan ridha Allah SWT.

Penerapan strategi bisnis Islam diyakini mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan, baik dari segi peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, hingga citra positif di mata masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengkaji bagaimana strategi bisnis Islam dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan penjualan secara etis dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Data dikumpulkan melalui penelusuran berbagai literatur yang relevan, seperti buku-buku ekonomi Islam, jurnal ilmiah, artikel, serta sumber-sumber terpercaya lainnya yang membahas konsep dan penerapan strategi bisnis Islam dalam dunia usaha. Analisis data dilakukan dengan cara mengkaji, menafsirkan, dan menyusun ulang informasi dari sumber-sumber tersebut guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diterapkan secara efektif dalam strategi peningkatan penjualan. Fokus utama dari penelitian ini adalah menggali korelasi antara nilai-nilai Islam dan praktik bisnis kontemporer, serta menyoroti keunggulan strategi bisnis Islami dibandingkan dengan pendekatan konvensional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip-Prinsip Dasar Dalam Strategi Bisnis Islam

Prinsip-prinsip dasar dalam strategi bisnis Islam, yang mencerminkan nilai-nilai syariah dan akhlak Islami dalam praktik bisnis sehari-hari (Al-Ghazali, 2005):

1. **Tauhid** (Keimanan kepada Allah): Tauhid adalah landasan utama dalam Islam, termasuk dalam aktivitas bisnis. Prinsip ini mengajarkan bahwa semua bentuk usaha, termasuk mencari keuntungan melalui bisnis, harus diniatkan sebagai ibadah kepada Allah. Dalam konteks strategi bisnis, tauhid menuntut integrasi antara dunia dan akhirat; bahwa keputusan bisnis tidak boleh lepas dari nilai spiritual dan pertanggungjawaban moral kepada Allah. Bisnis bukan hanya soal profit, tetapi juga soal keberkahan dan keridhaannya.
2. **Keadilan** (*‘Adl*): Keadilan menjadi prinsip kunci dalam hubungan bisnis. Strategi bisnis Islam menolak segala bentuk penindasan, eksploitasi, dan ketidakadilan dalam transaksi. Misalnya, harga yang tidak wajar, praktik monopoli, eksploitasi buruh, dan manipulasi pasar tidak sesuai dengan prinsip ini. Seorang Muslim dianjurkan untuk tidak hanya memperjuangkan keadilan untuk dirinya sendiri, tetapi juga untuk semua pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnisnya.
3. **Kejujuran dan Amanah** (*Shiddiq* dan Amanah): Kejujuran adalah fondasi utama dari hubungan yang sehat antara produsen, konsumen, dan mitra bisnis. Amanah berarti dapat dipercaya, yakni menjalankan bisnis dengan penuh tanggung jawab terhadap harta, kewajiban kontrak, dan kepercayaan masyarakat. Seorang pengusaha Muslim harus memberikan informasi yang jelas



tentang barang atau jasa yang dijual, tidak menyembunyikan cacat produk, serta menepati janji dan kontrak.

4. Larangan Riba: Islam secara tegas melarang riba (bunga atau keuntungan yang diambil secara tidak adil dari pinjaman). Riba dianggap sebagai bentuk eksploitasi yang bertentangan dengan keadilan. Dalam strategi bisnis Islam, sistem keuangan didasarkan pada prinsip syirkah (kemitraan), mudharabah (bagi hasil), dan murabahah (jual beli dengan margin keuntungan yang disepakati), yang mendorong pembagian risiko dan keuntungan secara adil.
5. Larangan Gharar dan Maysir: *Gharar* adalah ketidakpastian atau spekulasi berlebihan dalam transaksi. Islam melarang kontrak yang tidak jelas atau mengandung risiko besar karena dapat merugikan salah satu pihak. *Maysir* adalah perjudian atau spekulasi murni, yang juga dilarang karena mengandalkan keberuntungan, bukan usaha nyata. Oleh karena itu, strategi bisnis Islam menuntut perencanaan yang matang, informasi yang jelas, dan transparansi dalam kontrak (Al-Ghazali, 2005).
6. Halal dan Thayyib: Produk dan jasa yang diperjualbelikan harus halal (diperbolehkan secara syariah) dan *thayyib* (baik, berkualitas, dan tidak membahayakan). Ini mencakup sumber bahan, proses produksi, serta dampaknya terhadap konsumen dan lingkungan. Strategi bisnis Islam tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan etika konsumsi dan keberlangsungan lingkungan.
7. Masalah (Kemaslahatan Umum): Masalah berarti manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Bisnis dalam Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan pribadi, tetapi juga pada dampak positifnya terhadap masyarakat. Ini termasuk penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan ekonomi umat, dan kontribusi terhadap kesejahteraan sosial. Prinsip ini mendorong pelaku bisnis untuk membuat strategi yang inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan sosial.
8. Tanggung Jawab Sosial dan Etika: Etika bisnis Islam mendorong kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan, keadilan dalam gaji, kondisi kerja yang manusiawi, serta tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar. Pelaku bisnis harus berperan sebagai agen perubahan yang memberikan manfaat nyata, bukan sekadar mencari profit maksimal. Ini termasuk zakat, infaq, dan kegiatan sosial lainnya sebagai bentuk redistribusi kekayaan yang adil.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, strategi bisnis dalam Islam bukan hanya akan sukses secara ekonomi, tetapi juga membawa keberkahan, keadilan, dan manfaat yang luas bagi umat manusia (Al-Ghazali, 2005).

Penerapan Strategi Bisnis Islam Mempengaruhi Peningkatan Penjualan

Penerapan strategi bisnis Islam tidak hanya berdampak pada aspek etika dan keberkahan usaha, tetapi juga secara langsung dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan (Mulyadi, 2010).

1. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen: Prinsip kejujuran (*shiddiq*) dan amanah menciptakan transparansi dalam bisnis. Ketika konsumen yakin bahwa produk yang dijual halal, berkualitas, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan, maka kepercayaan akan tumbuh. Kepercayaan ini adalah fondasi dari loyalitas pelanggan dan pembelian berulang (*repeat orders*), yang pada akhirnya meningkatkan penjualan secara berkelanjutan.



2. Memperluas Pasar Halal: Dengan menerapkan prinsip halal dan thayyib, pelaku bisnis bisa menjangkau pasar Muslim global yang sangat besar dan terus berkembang. Konsumen Muslim kini semakin selektif dan sadar akan pentingnya produk halal, bukan hanya dalam makanan, tapi juga kosmetik, keuangan, pariwisata, dan layanan lainnya. Strategi ini dapat membuka peluang ekspor dan kerja sama internasional.
3. Membangun Citra dan Reputasi Positif: Perusahaan yang dikenal menerapkan prinsip-prinsip Islam seperti tidak menipu, adil dalam harga, dan peduli sosial akan membangun brand image yang kuat. Reputasi positif ini menjadi nilai tambah yang membedakan bisnis dari pesaing dan menarik konsumen yang menghargai nilai-nilai etika.
4. Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Bisnis Islam mendorong perlakuan yang adil kepada pelanggan, termasuk pelayanan yang baik, jaminan produk, dan pengembalian jika ada cacat. Kepuasan ini menciptakan loyalitas, yang tidak hanya mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.
5. Mendorong Kolaborasi dan Kemitraan: Dengan menerapkan prinsip musyarakah (kemitraan) dan mudharabah (bagi hasil), bisnis menjadi lebih inklusif dan kolaboratif. Hal ini dapat memperluas jaringan, mengurangi risiko, dan membuka peluang pasar baru melalui sinergi dengan mitra yang memiliki nilai dan visi serupa.
6. Menghindari Risiko Hukum dan Reputasi: Bisnis yang menjauhi riba, gharar, dan maysir akan lebih stabil dan tahan terhadap krisis karena tidak terjebak dalam spekulasi dan praktik tidak etis. Hal ini memberikan keamanan hukum dan memperkuat fondasi jangka panjang, yang membuat investor dan pelanggan merasa lebih nyaman (Mulyadi, 2010).
7. Menarik Konsumen Non-Muslim yang Peduli Etika: Banyak konsumen non-Muslim kini juga lebih peduli terhadap ethical business dan sustainable products. Strategi bisnis Islam yang menjunjung etika, keadilan sosial, dan kepedulian lingkungan sangat selaras dengan tren global ini, yang berpotensi memperluas basis pelanggan di luar komunitas Muslim.

Strategi bisnis Islam bukan hanya bermanfaat secara spiritual dan sosial, tetapi juga merupakan pendekatan bisnis yang cerdas dan berdaya saing tinggi. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, halal, dan tanggung jawab sosial menciptakan nilai tambah yang kuat, mendorong loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan secara signifikan (Mulyadi, 2010).

Strategi Bisnis Islam Efektif Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern

Dalam dunia bisnis modern yang sangat kompetitif dan cepat berubah, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga membangun nilai jangka panjang yang berkelanjutan dan dipercaya. Strategi bisnis Islam menawarkan pendekatan yang tidak hanya berlandaskan pada prinsip syariah, tetapi juga relevan secara ekonomi, sosial, dan etis. Keunggulan utamanya adalah keseimbangan antara profit, nilai moral, dan kebermanfaatan sosial. Strategi Bisnis Islam yang Efektif di Pasar Modern yaitu (Qaradawi, 2001):

1. Diferensiasi Produk Halal dan Thayyib: Strategi pertama yang sangat efektif adalah menghadirkan produk dan jasa yang halal dan thayyib. Konsumen Muslim modern, terutama



generasi muda, semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi produk yang bukan hanya halal secara hukum agama, tetapi juga *thayyib* artinya sehat, aman, berkualitas, dan diproduksi dengan cara yang etis Contoh Penerapan:

- a. Industri makanan, kosmetik, obat-obatan, dan bahkan keuangan syariah berkembang pesat karena meningkatnya permintaan akan produk halal.
- b. Keunggulan Kompetitif: Sertifikasi halal, kejelasan bahan baku, dan transparansi proses produksi dapat menjadi unique selling point (USP) yang membedakan bisnis dari pesaing.
2. Etika Bisnis Islam sebagai Branding Kuat: Di tengah maraknya isu penipuan, eksploitasi konsumen, dan pencemaran lingkungan, nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan keadilan sangat dihargai oleh konsumen. Bisnis yang konsisten menjunjung etika Islam akan membangun brand trust yang kuat dan bertahan lama. Manfaat:
 - a. Konsumen akan lebih loyal kepada brand yang mereka anggap jujur dan peduli.
 - b. Efek Langsung: Kepuasan dan loyalitas pelanggan akan berdampak positif terhadap pertumbuhan penjualan dan customer retention.
3. Model Kemitraan Syariah (*Musyarakah* dan *Mudharabah*): Strategi finansial Islam mendorong kemitraan dan kolaborasi berdasarkan bagi hasil dan kepercayaan, bukan bunga. Hal ini membuka jalan bagi pengembangan usaha tanpa beban utang konvensional dan mendorong partisipasi lebih luas dari investor Muslim.
 - a. Efektivitas: Model ini mendorong shared risk and reward, sehingga semua pihak termotivasi untuk bekerja optimal.
 - b. Relevansi: Cocok untuk startup dan UMKM yang ingin tumbuh tanpa harus masuk dalam sistem pembiayaan riba.
4. Fokus pada Masalah dan Tanggung Jawab Sosial: Strategi ini tidak hanya mengejar keuntungan pribadi, tetapi juga memperhatikan kemaslahatan masyarakat luas, seperti menciptakan lapangan kerja, mendukung ekonomi lokal, dan menjaga kelestarian lingkungan.
 - a. Dampak Pasar: Konsumen modern baik Muslim maupun non-Muslim—semakin menghargai bisnis yang “punya misi” dan kontribusi sosial.
 - b. Contoh Penerapan: Menyisihkan sebagian keuntungan untuk zakat, infaq, atau program pemberdayaan.
5. Teknologi dan Inovasi Syariah: Bisnis Islam modern tidak anti teknologi, bahkan sangat dianjurkan untuk mengadopsi teknologi guna memperkuat prinsip syariah, seperti:
 - a. Aplikasi pelacakan halal (*traceability*)
 - b. Fintech syariah
 - c. Blockchain untuk kontrak syariah (smart contracts): Inovasi ini menambah nilai transparansi, efisiensi, dan kepercayaan, yang menjadi kunci dalam bersaing di era digital (Qaradawi, 2001).
6. Strategi Komunikasi dan Pemasaran Islami: Pemasaran dalam Islam menekankan etika dan nilai kebenaran. Strategi komunikasi yang tidak manipulatif, tidak mengandung unsur



pornografi, penipuan, atau tekanan emosional yang berlebihan akan lebih disukai oleh konsumen Muslim yang mengutamakan integritas dan kejelasan informasi. Kekuatan *Word of Mouth Islami*: Konsumen yang merasa diperlakukan adil dan jujur cenderung merekomendasikan bisnis ke orang lain, memperkuat strategi pemasaran organik.

7. Segmentasi Pasar Syariah Global: Strategi terakhir yang sangat penting adalah memanfaatkan potensi besar pasar syariah global. Dengan lebih dari 1,9 miliar Muslim di dunia, kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai syariah sangat tinggi, khususnya di sektor:
 - a. Keuangan
 - b. Pariwisata halal
 - c. Fashion Muslim
 - d. Pendidikan Islam berbasis teknologi.

Strategi bisnis Islam yang paling efektif dalam menghadapi persaingan modern bukan hanya satu, melainkan kombinasi antara nilai-nilai syariah dan adaptasi terhadap tuntutan zaman. Integrasi antara etika, inovasi, dan keunggulan produk halal menjadi kunci sukses bisnis yang tidak hanya unggul dalam aspek ekonomi, tapi juga unggul secara spiritual dan sosial(Qaradawi, 2001).

Perbedaan Antara Strategi Bisnis Konvensional dan Strategi Bisnis Islam Dalam Konteks Peningkatan Penjualan

Perbedaan antara strategi bisnis konvensional dan strategi bisnis Islam dalam konteks peningkatan penjualan(Hadi, 2015):

1. Tujuan Strategi
 - a. Strategi bisnis konvensional biasanya berorientasi pada maksimalisasi keuntungan. Semua pendekatan pemasaran, promosi, dan pengembangan produk diarahkan agar penjualan meningkat dan margin laba setinggi mungkin. Dalam model ini, kesuksesan bisnis diukur terutama dari segi pertumbuhan pendapatan, pangsa pasar, dan laba.
 - b. Sebaliknya, strategi bisnis Islam memiliki tujuan yang lebih luas dan seimbang. Meskipun peningkatan penjualan tetap penting, tujuan utamanya adalah mencari keberkahan usaha, menjunjung nilai-nilai keadilan, dan memberi manfaat sosial. Penjualan tinggi hanya dianggap baik jika dicapai dengan cara yang halal dan etis. Keberhasilan bisnis dalam Islam bukan hanya tentang keuntungan, tetapi juga tentang kontribusi terhadap kemaslahatan umat.
2. Prinsip Etika dan Moral
 - a. Strategi bisnis konvensional seringkali fleksibel dalam hal etika. Selama tidak melanggar hukum positif (legal), banyak pelaku bisnis yang bersedia mengabaikan standar moral demi meraih penjualan. Teknik pemasaran hiperbolis, manipulatif, atau eksploitasi psikologis konsumen sering digunakan untuk mendorong pembelian.
 - b. Dalam strategi bisnis Islam, etika bersifat mutlak dan tidak bisa dikompromikan. Kejujuran, amanah, tidak menipu, tidak menyembunyikan cacat produk, serta tidak memanfaatkan ketidaktahuan konsumen adalah prinsip utama. Strategi penjualan dalam



Islam menolak keras segala bentuk manipulasi dan menuntut keterbukaan penuh dalam menyampaikan informasi kepada calon pembeli.

3. Pendekatan terhadap Konsumen

- a. Bisnis konvensional memandang konsumen sebagai target pasar yang harus “dimenangkan” atau “dikuasai”. Strategi penjualan difokuskan pada bagaimana mempengaruhi keputusan konsumen, sering kali dengan pendekatan emosional atau bahkan taktik tekanan.
- b. Sebaliknya, dalam bisnis Islam, konsumen dipandang sebagai amanah dari Allah. Hubungan antara penjual dan pembeli harus dibangun atas dasar kepercayaan, tanggung jawab, dan akhlak mulia. Peningkatan penjualan dalam bisnis Islam terjadi secara alami (Hadi, 2015). Karena kepuasan dan kepercayaan konsumen, bukan karena taktik manipulatif.

4. Sumber dan Cara Meningkatkan Penjualan

- a. Dalam bisnis konvensional, peningkatan penjualan sering ditempuh dengan cara menurunkan harga secara agresif, promosi besar-besaran, atau mengeluarkan produk baru secara cepat tanpa mempertimbangkan efek jangka panjang terhadap masyarakat atau lingkungan.
- b. Dalam bisnis Islam, peningkatan penjualan diraih melalui kualitas produk yang thayyib, pelayanan yang jujur, serta pendekatan yang berlandaskan pada nilai kemanfaatan. Promosi boleh dilakukan, tetapi harus tetap jujur dan tidak menyesatkan. Pelaku bisnis Islam juga memperhatikan dampak sosial dan spiritual dari produk atau layanan yang ditawarkan.

5. Akhir dari Strategi

Strategi konvensional berakhir ketika target penjualan tercapai atau ketika laba meningkat. Tidak selalu ada evaluasi moral atas proses yang dilalui. Dalam Islam, strategi bisnis tidak hanya berakhir pada hasil materi, tetapi juga dipertanggungjawabkan secara spiritual. Apakah cara mencapainya halal? Apakah konsumen merasa puas dan diperlakukan adil? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi bagian dari evaluasi strategi bisnis Islami.

Perbedaan utama antara strategi bisnis konvensional dan Islam dalam konteks peningkatan penjualan terletak pada niat, metode, dan nilai-nilai yang mendasarinya. Bisnis konvensional menekankan hasil, sementara bisnis Islam menekankan proses yang benar dan berkah. Justru karena etika dan kepercayaan ditekankan, strategi bisnis Islam seringkali mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih kuat dan berkelanjutan (Hadi, 2015).

KESIMPULAN

Strategi bisnis Islam, yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah seperti tauhid, kejujuran, keadilan, amanah, serta larangan riba dan gharar, terbukti tidak hanya menjunjung nilai-nilai etika dan keberkahan, tetapi juga mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Melalui pendekatan yang menekankan pada kepercayaan konsumen, kualitas produk halal dan thayyib, serta tanggung jawab sosial, bisnis Islam mampu membangun loyalitas pelanggan dan memperluas pasar,



baik di kalangan Muslim maupun non-Muslim yang peduli pada etika. Dalam menghadapi persaingan pasar modern, strategi bisnis Islam terbukti efektif karena mengintegrasikan nilai-nilai moral dengan inovasi teknologi dan orientasi pada kemaslahatan umat. Dengan demikian, strategi bisnis Islam bukan hanya alternatif spiritual, tetapi juga solusi strategis yang unggul dan berkelanjutan dalam dunia bisnis kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio. (2020). *Muhammad Syafi'i. Islamic Banking and Finance: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gema Insani.
- Abu Hamid Al-Ghazali. (2005). *Ihya Ulumuddin, Jilid 2*. Beirut: Dar al-Fikr
- M. Mulyadi. (2010). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Noor Hadi. (2015). *Strategi Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasinya dalam Bisnis Modern*. Semarang: Undip Press
- Yusuf Qaradawi. (2001). *Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Robbani Press