

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG GARMEN PASAR
TRADISIONAL DI ERA DIGITAL DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pada Pasar Darmo Trade Center Wonokromo)**

SKRIPSI

Oleh

ALIFIAH FARIZKY

NIM: 08040420096



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN

Saya, Alifiah Farizky, 08040420096, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 06 Mei 2024



Alifiah Farizky
NIM. 08040420096

HALAMAN PERSETUJUAN

Surabaya, 06 Mei 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Maziyah Mazza Basya, M.SEI

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG GARMEN PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Pasar Darmo Trade Center Wonokromo)

Oleh

Alifiah Farizky

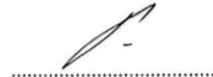
NIM: 08040420096

Telah dipertahankan di depan Dewa Penguji pada
tanggal 11 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Maziyah Mazza Basya, M.SEI
NIP. 199001092019032014
(Penguji 1)
2. Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001
(Penguji 2)
3. Andhy Permadi, M.Kom
NIP. 198110142014031002
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Mufihin, S.E.I., M.E
NIP. 199401052023211020
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 11 Juni 2024

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I

NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alifiah Farizky
NIM : 08040420096
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail address : alifiahfarizky432@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG GARMEN PASAR TRADISIONAL
DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Pada Pasar Darmo Trade Center Wonokromo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Agustus 2024

Penulis

(Alifiah Farizky)

ABSTRAK

Saat ini pengguna internet semakin meningkat. Mulai dari remaja hingga orang tua menggunakan Internet. Perkembangan internet telah menciptakan gaya hidup baru bagi masyarakat. Orang memilih untuk melakukannya segala aktivitas menggunakan internet, termasuk berbelanja. Saat ini masyarakat lebih memilih berbelanja secara *online* daripada datang langsung ke pasar. Perubahan gaya hidup ini berdampak pada pedagang tradisional. keberadaan pedagang tradisional mulai terancam di tengah maraknya perdagangan *online*. Untuk mengantisipasi hal tersebut, pedagang tradisional menerapkan strategi *survival* yang dapat digunakan untuk menjaga kelangsungan usahanya.

Peneliti ini mempergunakan metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kasus. Lokasi dari penelitian berada di Pasar Tradisional Darmo Trade Center Wonokromo. Sumber data yang diterapkan berupa data primer serta sekunder. Kebutuhan data didapatkan melalui pelaksanaan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi selanjutnya dilaporkan dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil yang didapat memperlihatkan ada tiga jenis dari strategi bertahan yang dilaksanakan, diantaranya: 1) Strategi Aktif, melalui peningkatan kualitas dari layanan kepada pembeli, selalu mengikuti trend model terbaru barang dagangan, memberikan potongan harga (*diskon*) dan memiliki usaha sampingan. 2) Strategi Pasif, melalui pengurangan pengeluaran sehari-hari, karyawan, maupun jumlah barang dagangan. 3) Strategi Jaringan, dengan melakukan promosi di sosial media, serta memiliki jaringan dengan *reseller*. Selanjutnya tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bertahan yang pedagang garmen Pasar Tradisional Darmo Trade Center Wonokromo terapkan sudah memenuhi lima prinsip, diantaranya yakni kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebajikan.

Selain itu, saran kedepannya untuk pengurus Pasar Tradisional Darmo Trade Center Wonokromo, diharapkan dapat memberikan sosialisasi atau pelatihan-pelatihan tentang perdagangan secara digital kepada semua pedagang agar para pedagang garmen di Pasar Darmo Trade Center Wonokromo bisa lebih beradaptasi dengan perubahan seperti sistem perdagangan yang baru dan bagi para pedagang garmen di Pasar Darmo Trade Center Wonokromo agar lebih memanfaatkan teknologi dalam memasarkan barang dagangan dengan mulai berjualan secara *online* karena sejak pandemi COVID-19, kebiasaan masyarakat beralih kepada sistem *online/digital*.

Kata Kunci: Strategi Bertahan, Pedagang Garmen, Era Digital, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Currently, internet users are increasing. Starting from teenagers to parents using the Internet. The development of the internet has created a new lifestyle for people. People choose to do all activities using the internet, including shopping. Nowadays, people prefer to shop online instead of coming directly to the market. This change in lifestyle has an impact on traditional traders. the existence of traditional traders is starting to be threatened amid the rise of online trading. To anticipate this, traditional traders implement survival strategies that can be used to maintain their business continuity.

This researcher uses descriptive qualitative methods through a case study approach. The location of the research is at Darmo Trade Center Wonokromo Traditional Market. The data sources applied are primary and secondary data. Data needs are obtained through the implementation of observations, interviews, and documentation. The results of observations, interviews, and documentation are then reported and analyzed using qualitative descriptive analysis.

The results obtained show that there are three types of survival strategies implemented, including: 1) Active Strategy, through improving the quality of service to buyers, always following the latest trends in merchandise models, providing discounts and having a side business. 2) Passive Strategy, through reducing daily expenses, employees, and the number of merchandise. 3) Network Strategy, by promoting on social media, and having a network with resellers. Furthermore, the review of Islamic business ethics on the survival strategy that garment traders in the Darmo Trade Center Wonokromo Traditional Market apply has fulfilled five principles, including unity, balance, free will, responsibility, and benevolence.

In addition, future suggestions for the management of the Darmo Trade Center Wonokromo Traditional Market are expected to provide socialization or training on digital trading to all traders so that garment traders at the Darmo Trade Center Wonokromo Market can better adapt to changes such as the new trading system and for garment traders at the Darmo Trade Center Wonokromo Market to make better use of technology in marketing merchandise by starting to sell online because since the COVID-19 pandemic, people's habits have shifted to online / digital systems.

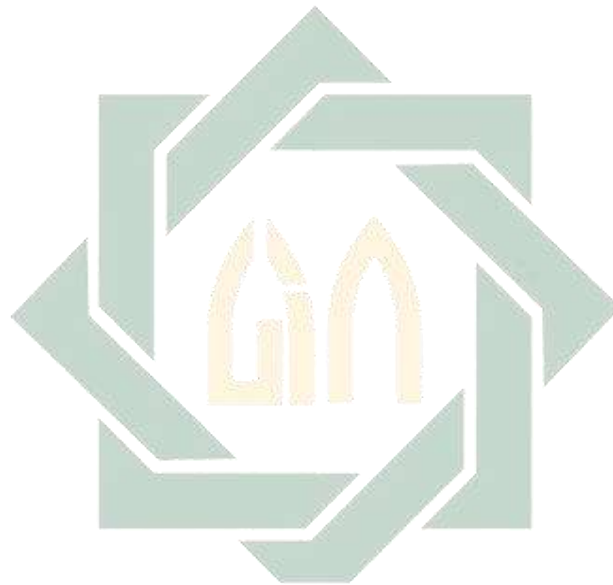
Keywords: Survival Strategy, Garment Traders, Digital Era, Islamic Business Ethics

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	16
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Strategi Bertahan	17
2.1.1 Pengertian Strategi	17
2.1.2 Pengertian Strategi Bertahan	19
2.1.3 Jenis Strategi Bertahan	21
2.2 Pasar Tradisional	24
2.2.1 Pengertian Pasar Tradisional	24
2.2.2 Ciri-ciri Pasar Tradisional	26

2.2.3	Kelebihan Dan Kelemahan Pasar Tradisional.....	28
2.3	Etika Bisnis Islam.....	29
2.3.1.	Pengertian Etika.....	29
2.3.2.	Pengertian Etika Bisnis.....	31
2.3.3.	Pengertian Etika Bisnis Islam.....	32
2.3.4.	Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	35
2.3.5.	Fungsi Etika Bisnis Islam.....	36
2.3.6.	Prinsip Etika Bisnis Islam.....	37
2.4	Penelitian Terdahulu.....	42
2.5	Kerangka Penelitian.....	51
BAB III	52
METODE PENELITIAN	52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Tempat Atau Lokasi Penelitian.....	53
3.3	Jenis Dan Sumber Data.....	54
3.3.1.	Jenis Data.....	54
3.3.2.	Sumber Data.....	54
3.4	Teknik Penentuan Informan.....	55
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6	Validasi Data.....	59
3.7	Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV	62
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Gambaran Umum Pasar Tradisional Darmo Trade Center Wonokromo.....	62
4.1.1	Profil Pasar Tradisional Darmo Trade Center Wonokromo.....	62
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.3	Pembahasan.....	107
BAB V	144
PENUTUP	144
5.1	Kesimpulan.....	144

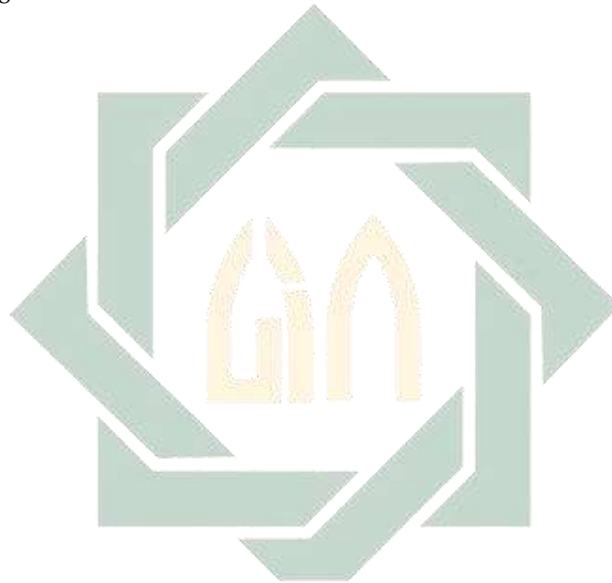
5.2	Saran	145
	DAFTAR PUSTAKA	147
	LAMPIRAN	152



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3. 1 Data Singkat Informan Penelitian	57
Tabel 4. 2 Strategi Bertahan Pedagang Garmen Pasar Tradisional DTC Wonokromo108	



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

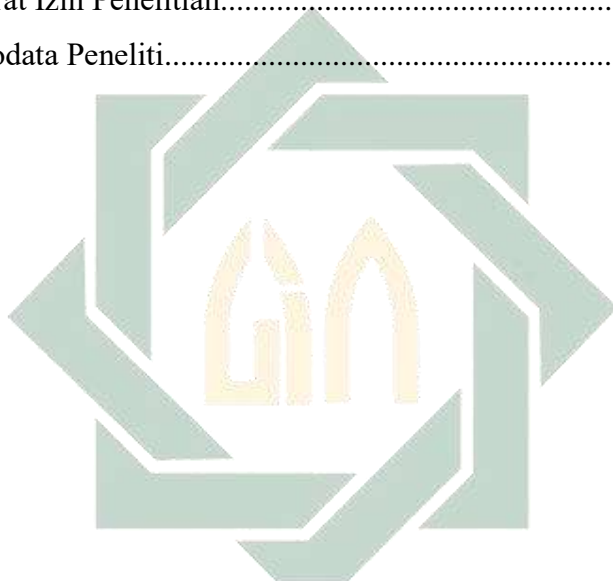
Gambar 1. 1 Survei Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2015-2023	2
Gambar 1. 2 Barang yang paling banyak di beli dari toko online.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	51
Gambar 4. 1 Pasar Tradisional DTC Wonokromo	62
Gambar 4. 2 Pemasaran Lewat Sosial Media.....	69
Gambar 4. 3 Display Baju Wanita di Kios	75
Gambar 4. 4 Grub Reseller Pedagang Garmen Pasar DTC	78
Gambar 4. 5 Tampilan Desain Promo Pedagang Hijab.....	81
Gambar 4. 6 Jasa Layanan Antar Barang	87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	152
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	153
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	186
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	192
Lampiran 5 Biodata Peneliti.....	193



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro. (2015). *Manajemen Strategis Kajian Strategis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik* (Edisi.1). Mitra Wacana Media.
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>
- Algifari. (2002). *Ekonomi Mikro : Teori Dan Kasus* (Edisi Kesa). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Anoraga, P. (2011). *Pengantar bisnis : Pengelolaan bisnis dalam era globalisasi* (Cet.2). Rineka Cipta.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islam* (A. S. Anam (ed.); Cet.1). Walisongo Press.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (Cet.1). ALFABETA.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern 2018*. Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/10.1055/s-2008-1040325>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *DIREKTORI PASAR DAN PUSAT PERDAGANGAN* (Buku I : P). BPS RI.
- Badroen, F. (2015). *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet.4). Kencana Prenada Media Group.
- Beekun, R. I. (2004). *Etika Bisnis Islam* (Cet-1). Pustaka Pelajar.
- Buchari Alma dan Donni Juni priansa. (2014). *Manajemen bisnis syariah* (R. Somad (ed.); Revisi). ALFABETA.

- D. Indriati SCP, A. W. (2020). *Pasar Tradisional* (Cet.1). Alprin.
- DataIndonesia.id. (2022). *75% Orang Indonesia Memilih Belanja Daring* (D. Bayu (ed.)). We Are Social.
- Dianingsih, F. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah di IAIN. In *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Cet.1). Penebar Plus.
- Djakfar, M. (2014). *Agama, Etika, dan Ekonomi*. UIN Maliki Press.
- Elias, J., Loho, A. E., & Rumagit, G. A. J. (2021). Strategi bertahan rumah makan samrat abadi pada masa pandemi covid-19 di Kecamatan Wanea Kota Manado. *Agrirud*, 3(2), 315–322.
- Farhanah, D. (2022). Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional. In *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Gianawati, N. D. (2013). *Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Perempuan* (A. Giyanto (ed.); Cetakan Pe). Pandiva Buku.
- Handi, S. (2014). *Potensi Industri Garmen di Jatim Masih Terbuka Lebar*. Surya Online. <http://surabaya.tribunnews.com/2014/06/12/potensiindustri-garmen-di-jatim-masih-terbuka-lebar>
- Indrajit, R. E. (2016). *Supply Chain Management* (Vol. 01). PT Grasindo.
- Istifhama, L. (2017). Strategi Bertahan dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 8, 217–239.

- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1), 63–74. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v4i1.74>
- K.Bertens. (2007). *Etika* (Seri Filsa). Gramedia Pustaka Utama.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. [https://ia903104.us.archive.org/29/items/alqurandanterjemahnya/Al-Qur'an dan Terjemahnya.pdf](https://ia903104.us.archive.org/29/items/alqurandanterjemahnya/Al-Qur'an%20dan%20Terjemahnya.pdf)
- Khayru, R. K. (2021). Opinions about Consumer Behavior during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 31–36. <https://doi.org/10.56348/jos3.v1i1.6>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Ed. 1). PRENADAMEDIA GROUP.
- Kusnadi. (2000). *Nelayan : Strategi adaptasi dan jaringan sosial* (Cet.1). Humaniora Utama Press.
- Muazimah, A. (2020). pengaruh Fast fashion Terhadap Budaya Konsumerisme Dan Kerusakan Lingkungan di Indonesia. *Jom Fisip*, 7, 1–15. <https://www.forbes.com/sites/sanfordst>
- Mujahidin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Nisa, N. Z. (2021). *Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional Mleto di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Peraturan Presiden RI No. 112. (2007). *Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan*

- Toko Modern*. Peraturan Presiden Republik Indonesia.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007>
- Prawirosentono, S. (2007). *Pengantar Bisnis Modern : Studi kasus Indonesia dan analisis kuantitatif* (Cetakan Ke). Bumi Aksara.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik* (Cet. 1). Pustaka Setia.
- Raharjo, M. D. (1990). *Etika ekonomi dan manajemen* (Cet.1). Tiara Wacana.
- Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan). *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1–202.
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, F. A. A. (2012). *Islamic Business and Economic Ethic* (Cet-1). Bumi Aksara.
- Saban Echdar dan Maryadi. (2019). *Business Ethics and Enterpreneurship : Etika Bisnis dan Kewirausahaan* (Cet.1). Deepublish.
- Samad, M. (2016). *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis Sesuai dengan Moral Islam* (Cet.1). Sunrise.
- Sari, D. E., Handoko, R., & Rochim, A. I. (2018). Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto). *Representamen*, 4(01).
<https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1423>
- Setia, R. (2005). *Gali tutup lubang itu biasa: strategi buruh menanggulangi persoalan dari waktu ke waktu* (P. Slamet (ed.); Cetakan Pe). Yayasan Akatiga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet.19). ALFABETA.

- Suharto, E. (2009). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial* (A. Gunarsa (ed.); Cetakan Ke). Pustaka Pelajar.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran: Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen* (T. Admojo (ed.)). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Susilawati, N. (2003). Sosiologi Pedesaan, Bahan Ajar. In *Sosiologi Pedesaan*. UNP.
- Syaeful, B. P. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 285–299.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM* (1 st.ed). IPB Press.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Andi Offset.
- Weltevreden, J. W. J., & Rietbergen, T. Van. (2009). The implications of e-shopping for in-store shopping at various shopping locations in the Netherlands. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 36(2), 279–299. <https://doi.org/10.1068/b34011t>
- Wicaksono, S. R. (2019). *Antologi Teknologi Informasi: Tinjauan Manajemen Pemasaran* (S. R. Wicaksono (ed.); Edisi Pert). CV Seribu Bintang.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (Ed.3). SAGE Publications.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Cet.1, Issue April). Deepublish.
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan* (A. D. Nabila (ed.); Cet.1). Deepublish.