

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
PERSPEKTIF YUSUF AL-QARADHAWI TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN MWC NU MART
DLANGGU KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI

oleh:

Maulana Nizar Alfauzi Nugroho

NIM. G04217035



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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya (Maulana Nizar Alfauzi Nugroho, G04217035), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. 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 kepustakaan.
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 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 09 April 2023



Maulana Nizar Alfauzi Nugroho

NIM : G04217035

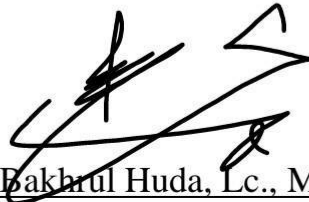
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Maulana Nizar Alfauzi Nugroho

NIM : G04217035 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 11 April 2023

Pembimbing



Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I

NIP. 198509042019031005

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF YUSUF AL-QARADHAWI TERHADAP STRATEGI PEMASARAN MWC NU MART DLANGGU KABUPATEN MOJOKERTO

Oleh
Maulana Nizar Alfauzi Nugroho
NIM: G04217035

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Mei 2023 dan dinyatakan
memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005
(Penguji 1)
2. Dr. Imroatul Azizah, M.Ag.
NIP. 1973081120050120003
(Penguji 2)
3. Masadah, M.HI, M.Pd.I
197812052006042003
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah M.Sy
198707272022032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 29 Mei 2023



Dr. Arifin 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 : MAULANA NIZAR ALFAUZI NUGROHO
NIM : G04217035
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : nizar.alfauzi@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 :

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF YUSUF AL-QARADHAWI

TERHADAP STRATEGI PEMASARAN MWC NU MART DLANGGU KABUPATEN


MOJOKERTO

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, 27 Desember 2024

Penulis

(Maulana Nizar Alfauzi Nugroho)

ABSTRAK

Aktivitas bisnis dan aktivitas pemasaran benar-benar tak terpisahkan. Pada bisnis yang mengung konsep Syariah memiliki ketentuan untuk tunduk pada aturan Islam disegala lini bisnisnya, termasuk dalam hal pemasaran. Etika bisnis Islam menjadi salah satu syarat yang harus di penuhi. Aktivitas pemasaran sering kali menjadi ujung tombak dari segala lini bisnis, namun pada prakteknya sering sekali ada aktivitas pemasaran yang tidak sesuai dengan Syariah Islam terlebih pada bisnis yang berkonsep Syariah, hal ini bersifat mutlak. Penelitian ini berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Yusufal-Qaradhawi Terhadap Strategi Pemasaran MWC NU Mart Dlanggu Kabupaten Mojokerto” penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam Yusuf Qaradawi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana untuk proses pengambilan datanyamenggunakan cara wawancara dan dokumentasi dengan pihak yang terkait dengan penelitian ini yakni.jajaran karyawan dan juga staf dari MWC NU Mart Dlanggu. Data yang diperoleh selanjutnya diolah dalam proses reduksi data selanjutnya penyajian data ditampilkan berdasarkan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 1). peneliti pada poin penerapan etika bisnis Islam dalam kaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak MWC NU Mart dengan menggunakan metode pemasaran bauran, mulai dari poin (*product*) hingga ke (*physical evidence*) bukti fisik. Secara keseluruhan mempunyai performa yang baik, karena MWC NU Mart terbukti dapat menarik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan yang paling terpenting adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh MWC NU Mart tidak ada yang menyalahi ketentuan nilai-nilai Syariah. 2). MWC NU Mart terbukti dapat memenuhi semua poin yang di syaratkan oleh Yusuf Qaradhawi, dari segi standarisasi produk, pegawai dan tempat. Sisi penetapan tujuan dan juga perencanaan bisnis kedepan dari hasil wawancara menunjukkan adanya perencanaan yang baik dan aplikatif, dari sisi sosial kolaborasi dengan masyarakat bahkan sampai pada tahap pengadaan produk dan juga rekrutmen karyawan.

Saran dari hasil penelitian ini yakni agar MWC NU Mart Dlanggu perlu memberi standart pelayanan di berbagai aspek, agar kualitas pelayanan membaik, serta semua pihak yang terkait mampu menjaga istiqomah dalam hal kerja keras dan juga standart baik yang telah berjalan dan kesejahteraan karyawan agar lebih ditingkatkan kedepanya.

Keyword: Etika bisnis Islam, Strategi pemasaran, Ritel Syariah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TRANSLITERASI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Kontribusi Riset.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Etika Bisnis Islam.....	13
2.1.1 Definisi Etika Bisnis Islam.....	13
2.1.2 Prinsip Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam	14
2.1.3 Teori Etika Bisnis Islam	16
2.1.4 Indikator Etika Bisnis.....	18
2.2 Etika Bisnis Islam Perspektif Yusuf Qaradhawi.....	20
2.2.1 Bisnis Private	20
2.2.2 Bisnis Umum.....	20
2.3 Strategi Pemasaran	25
2.3.1 Pemasaran Bauran	26
2.3.2 Elemen pemasaran bauran.....	27
2.4 Penelitian Terdahulu.....	47

BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Lokasi Penelitian	52
3.3 Data yang Dikumpulkan.....	53
3.4 Sumber Data	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	57
3.7 Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto	60
4.1.1 Sejarah Berdirinya MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto.....	60
4.1.2 Visi dan Misi MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto	61
4.1.3 Motto MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto	62
4.1.4 Letak Geografis MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto	62
4.1.5 Pengurus dan Karyawan MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto	63
4.1.6 Fasilitas MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto.....	66
4.2 Strategi pemasaran MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto.....	66
4.3 Analisis Strategi Pemasaran MWC NU Mart Dlanggu Mojokerto Perspektif Etika Bisnis Islam Yusuf Al Qaradhawi	76
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89
REFERENSI	91
LAMPIRAN	96

REFERENSI

- Adam, Panji. (2020). *Pemikiran Ekonomi Yusuf Al-Qaradhawi*. Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah, Vol. 6, No. 1
- Ahmad, F.Z., dan Abdulah, R.B. (2022). *Distribution Channels in Halal Industry: A Study on Efficiency and Accessibility*.
- Aliyah, K. N. (2020). Etika Bisnis Islam dalam Implementasi Teknologi Neuromarketing pada Strategi Pemasaran. JES (Jurnal Ekonomi Syariah), 5(2).
- Ali, S.H., dan Ghani, N.A. (2020). *Princing Startegies in Islamic Marketing: Balencing Profitability and Ethical Considerations*. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*.
- AL-Qardhawi, Yusuf. (1887). *Darul Qiyam wa Akhlaq fi Iqtishadil Islam*, Terj. Zainal Arifin, et al., "Norma dan Etika Ekonomi Islam", cet. I, Jakarta: Gema Insani Press.
- Apriori. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 2(2), 472-478.
- Athoillah, A. Y. (2016). Etika Bisnis Kaum Santri: Studi Konsep Akhlaq Muamalah Pendidikan Pesantren dalam Kajian Kitab Ihya'Ulumudin. *OECOMICUS Journal of Economics*, 1(1), 99-122.
- Anita. (2020). *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare, Skripsi IAIN Parepare*.
- Arie Rachmat Sunjoto, "Strategi Pemasaran Swalayan Pamella dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol 1. No 2. 2011.
- Astuti, Dian Puji. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Mie Ayam di Desa Sekampung Lampung Timur)*, Skripsi IAIN Metro, Lampung.
- Aziz Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta
- Billy Tantra, Jesse Marcelina, "Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya", *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol.5 No.2, Tahun 2018
- Beekun, Rafiq Issa, 1997. *Islamic Business Ethict*, Virginia: International Institute of Islamic Thought.
- Binjai, Syekh. H. Abdul Halim Hasan. 2006. *Tafsir Al-Ahkam*. Jakarta: Kencana, cet. 1.
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Penerbit Liberty, 2002)
- David, Hunger & Thomas Wheelen diterjemahkan Julianto Agung. (2003).

Manajemen Strategis, Yogyakarta: Andi.

Djakfar, H. M., & SH, M. A. (2012). *Etika bisnis: menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Penebar PLUS+

Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011)

Elisa, E. (2018). Market Basket Analysis Pada Mini Market Ayu Dengan Algoritma

Fifiyanita Ghanimata, “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 2013.

Fakhriyan Sefti Adhaghassani, “Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) di cherryka bakery”, *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, Tahun 2016.

Freddy, Rangkuti. (1997). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Jakarta:

Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006)

Gramedia. Hafiduddin Didin. (2013). *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani.

Hadits Shahih Muslim No. 174 | Kitab Iman,” accessed 29 November, 2021, <https://www.hadits.id/hadits/muslim/147>

Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A, “Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap

Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1, No. 2, Oktober 2010, hlm. 220

Hafidhuddin, D. (2003). *Manajemen syariah dalam praktik*. Gema Insani.

Hasan, T. dan Latiff, A.R. (2020). *Ethical Promotion in Islamic Marketing: Avoiding Misleading Advertisements*. *Jurnal of Islamic Marketing*.

H. Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cet. Ke-9, (Jakarta : KENCANA, 2017).

Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A, “Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1, No. 2, Oktober 2010.

Huda, Bakhrul. (2021). *Bisnis Ritel Pesantren*. Bojonegoro: Abda Publisher Johan, Arifin. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press

- Ita Nurcholifah, “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah”. *Jurnal of Islamic Studies*. Vol 4. No 1. 2014, hlm. 78.
- Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV jejak (JejakPublisher).
- Lantip Susilowati, “Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Rumah Kos Di Desa Plosokandang Dalam Memberikan Kepuasan Kepada Penghuninya”, *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 07, No. 02, Oktober 2020, hlm. 561-595
- Lapian , J. Silvy, L & Ruddy, S. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Kunci Yang Mempengaruhi Persaingan Usaha Ritel (Studi Pada : Indomaret Kota Padang)*, *Jurnal EMBA*, 4(5), 303-408
- M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2002)
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009)
- Mujib, Syaiful. (2018). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Air Minum dalam Kemasan (Studi kasus di Agen Air Minum AF di Kecamatan Pucakwangi kabuoaten Pati)*, *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 171-172
- Nurlisah, *Skripsi:” Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lipaq Saqbe Mandar Pada Malolo Group Kabupaten Polewali Mandar Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2018), hlm.33
- Nikmah, Khusniatul Mazidun. (2019). *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau dari Segi Bisnis Islam*, *Skripsi UIN Walisongo, Semarang*.
- Nor, K.M. dan Ali, M.A. (2020). *Human Resource Management in Islamic Organizations: Ethical and Sharia-Compliant Practices*. *Journal of Business Ethics*.
- Oka A. Yoeti, *Strategi Pemasaran Hotel*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1999).
- Philip Kloter dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2008).

- Pasaribu, Lamtiur Mayogi Rohana. (2019). *Analisis Prinsip dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Kopri)*, Skripsi UIN Raden Intan Lampung, Lampung.
- Rokhmat Subagiyo, Ekonomi Mikro Islam, (Jakarta: Alim"s Publishing, 2016).
- Rahmaniah, Amelia. (2009). *Etika Bisnis Islam Dalam Periklanan*. Jurnal Millah Vol. IX,
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35-40
- Riaz, R.A. dan Khan, M.A., (2021). *Halal Produk dan Inovasi dalam Menciptakan Porduk yang Sesuai dengan Prinsip Syariah*, *Journal of Islamic Marketing*.
- Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapo Tidak?*, (Jakarta: Gramedia, 2011).
- Rudiantara, F. (2023, February). Mustad'afin pada Surah an-Nisa ayat 97-100 (Studi Analitik Penafsiran Wahbah az-Zuhaili dalam Tafsir al-Munir). In *Gunung Djati Conference Series* (Vol. 19, pp. 144-153).No. 1.Setiawan,
- Wilson, S.A. dan Liu, J.A. (2019). *The Role of Physical Evidence in Building Trust in Halal Business*. *Journal of Islamic Marketing*.
- Shihab, M Quraish. (1997). *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an*. Jurnal Ummul Qur'an, Vol.7, No. 3.
- Sidik, Feni Mariana. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Klinol Natasha Skin Center Enggal Bandar Lampung)*, Skripsi UIN Raden Intan Lampung, Lampung.
- Soliha, Euis. (2008) *Analisi Industri Ritel di Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 15(2), 128-142.
- Santoso, B. P. (2015). *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Indomaret Cabang Pabelan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Madania Prima, 2007).
- Tamamuddin, "Mengantisipasi Pasar Terbuka Dengan Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pendekatan Strategi Pemasaran (Pendekatan Marketing Mix Dalam Prespektif Islam)", *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 10, No. 2, Juni 2012.

- Utami, Nani. (2018). *Penerapan Etika Bisnis Jual Beli Online Sistem Dropsipping Di Ritel Wilayah Ponorogo*. (Skripsi IAIN Ponorogo).
- Wulandari, Devi. (2018). *Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Kota Jember, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember*.
- Wahbah, Az-Zuhaili. 1997. *Tafsir al Wajiz wa Mu'jam Ma'aniy al Qur'an al 'Aziz*. Damsyik: Dal al Fikr.
- Yusuf Al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997).
- Yusuf Al-Qaradhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).
- Yusuf Qaradhawi. (2006). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Penerbit Gema Insani. Yusuf Al-Qaradhawi. (1998). *Reformasi Pemikiran Islam Abad 21*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Yusuf Al Qaradhawi (1995). *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishad Al Islami*. Kairo: Perpustakaan Wahib
- Zaroni, Ahmad Nur. (2007). *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)*, *Mazahib*. Vol. IV, No.2, Desember, 181
- Zulfiani, R. (2013). *Analisis strategi pemasaran dalam penjualan jasa provider pada PT. Data Media telekomunikasi di Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hasannudin)