



PENINGKATAN KEPERCAYAAN ORANG TUA MELALUI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DI PUSAT JAGAAN MALAYSIA

INCREASING PARENTS' CONFIDENCE THROUGH SHARIA MARKETING STRATEGIES AT CENTER JAGAAN MALAYSIA

Muhammad Adjie Akbar Damanik¹, Rahmayati²

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: damanikadjieakbar@gmail.com¹, rahmayati@umsu.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran syariah dalam peningkatan kepercayaan masyarakat di pusat jagaan Bestari Impian, Malaysia. Strategi untuk membangun kepercayaan masyarakat dengan menunjukkan komitmen pusat jagaan terhadap prinsip-prinsip Syariah dan memberikan lingkungan pendidikan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan teknik keabsahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan memberikan jaminan kualitas pelayanan yang baik, kemitraan dengan komunitas, pemasaran melalui media sosial, program pengembangan diri, layanan pelanggan prima, umpan balik dan evaluasi dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah.

Kata Kunci: Strategi pemasaran syariah, kepercayaan orang tua, pusat penitipan anak

ABSTRACT

The aim of the research is to determine sharia marketing strategies in increasing public trust in the Bestari Impian care center, Malaysia. Strategy to build public trust by demonstrating the center's commitment to Sharia principles and providing an educational environment that is in line with Islamic values. The research method used in this research is a qualitative research method. The data collection techniques used are observation, interviews, documentation and data validity techniques. The results of this research show that the marketing strategy used is to provide guarantees of good service quality, partnerships with the community, marketing via social media, self-development programs, excellent customer service, feedback and evaluation and collaboration with sharia financial institutions.

Keywords: Sharia marketing strategies, parents' trust, childcare centers

PENDAHULUAN

Berbicara mengenai perekonomian baru sudah merupakan mode atau tren sekarang ini. Kita mendengar bahwa pelaku bisnis beroperasi dalam perekonomian global, yakni segala sesuatu bergerak dalam hitungan detik, pasar kita diwarnai oleh persaingan yang luar biasa hebat, teknologi yang perkembangannya susah ditebak telah menantang setiap pelaku bisnis, dan dunia bisnis harus menyesuaikan diri dengan konsumen yang lebih mampu pegang peranan, karena perekonomian baru didasarkan pada revolusi digital dan manajemen informasi. Informasi memiliki

sejumlah sifat dapat dideferensiasikan (dibuat tampak beda) tanpa batas, disesuaikan dengan kebutuhan dan dibuat pribadi. Informasi dapat disampaikan kepada banyak orang yang berada pada jaringan internet dan dapat menjangkau mereka dengan kecepatan tinggi. Dengan catatan bahwa informasi tersebut merupakan konsumsi publik dan dapat diakses oleh siapapun dan kapanpun. Revolusi digital telah memberikan serangkaian kemampuan yang baru sekali ketangan konsumen dari pelaku bisnis (Komariah, 2019). Pelaku bisnis sekarang ini memiliki serangkaian



kemampuan baru seperti dapat mengoperasikan saluran informasi dan penjualan baru yang ampuh dengan jangkauan geografis yang meningkat pesat untuk menginformasikan dan mempromosikan bisnis dan produk mereka. Perusahaan juga dapat mengumpulkan informasi yang lengkap dan lebih kaya tentang pasar, pelanggan, dan pesaing. Perusahaan tidak hanya menemukan informasi berlimpah, namun perusahaan juga dapat mengadakan riset pemasaran dengan cara yang sama sekali baru.

Di dalam sebuah bisnis penting menerapkan strategi pemasaran syariah karena nilai-nilai syariah yang terkandung di dalamnya diyakini mampu berlaku secara universal tidak lagi eksklusif tetapi inklusif. Selain itu, terdapat manfaat dari implementasi nilai-nilai syariah yang tidak hanya dirasakan oleh masyarakat atau komunitas muslim saja, tetapi juga dirasakan oleh masyarakat atau komunitas non-muslim. Konsep inilah yang dinamakan 'Islam Rahmatan Lil'alamin (Islam adalah rahmat bagi seluruh manusia)'. Selain itu, strategi pemasaran yang banyak diterapkan dan dijadikan pedoman bacaan adalah pemasaran bersifat bebas nilai (sekuler) yang dapat merusak pasar, khususnya pada sisi moralitas. Strategi pemasaran syariah Pusat Jagaan Bestari Impian adalah merujuk pada strategi yang dirancang untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menitipkan anak-anak mereka. Strategi ini menitikberatkan pada prinsip-prinsip syariah dalam menyediakan layanan perawatan dan pendidikan bagi anak-anak. Dengan memahami kebutuhan dan nilai-nilai syariah yang dijunjung tinggi oleh masyarakat, pusat jagaan ini berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Strategi

pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dari sebuah perusahaan, strategi pemasaran penting bagi setiap perusahaan terutama bagi para pemula. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi (Sihotang & Umayyah, 2022).

Pengenalan Strategi Pemasaran Pusat Jagaan Bestari Impian, Malaysia mengacu pada strategi meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam membesarkan anak-anaknya. Strategi ini berfokus pada prinsip-prinsip syariah dalam penyediaan layanan penitipan dan pendidikan anak. Puskesmas ini memahami kebutuhan dan nilai-nilai syariah masyarakat serta berupaya memberikan layanan berkualitas sesuai dengan prinsip Islam. Strategi pemasaran ini dimaksudkan untuk membantu para orang tua merasa aman dan nyaman ketika menitipkan anaknya di Pusat jagaan Bestari impian. Hal ini mencakup transparansi dalam operasional pusat, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah dalam berbagai aspek seperti nutrisi, pendidikan dan disiplin sehari-hari, serta upaya untuk membangun hubungan yang kuat dengan orang tua dan masyarakat setempat. Dengan strategi ini, Pusat Jagaan Bestari Impian berharap dapat menjadi pilihan utama bagi para orang tua yang ingin memberikan pengasuhan dan pendidikan kepada anaknya yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, dan pada akhirnya meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk membiarkan anaknya fokus pada izin pengasuhan tersebut.

Pemasaran memainkan peran sentral dalam lingkungan bisnis perusahaan dan



berkontribusi pada strategi produk. Pemasaran adalah kekuatan pendorong dibalik peningkatan penjualan untuk mencapai tujuan bisnis. Wawasan pemasaran juga sangat penting bagi bisnis ketika datang ke masalah yang berkaitan dengan daya beli konsumen untuk produk dan layanan yang ditawarkan. Di sisi lain, konsumen juga menjadi semakin kritis tentang apa yang mereka terima dan harapkan dari produk mereka. Jika itu tidak memenuhi harapan, perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari konsumen dan pelanggan potensial. Pemasaran perspektif ekonomi islam atau dapat disebut pemasaran syariah (syariah marketing) sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip mu'amalah (bisnis) dalam islam (Sahla et al., 2019). Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin ilmu tentang taktik usaha yang mengarahkan dalam proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai menurut suatu inisiator (pemilik ide) pada stakeholders (pemangku kepentingan) yang holistik prosesnya sinkron menggunakan akad dan prinsip-prinsip muamalah pada Islam.

TINJAUAN PUSTAKA

Transparansi dan Akuntabilitas: Sediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai kebijakan, prosedur, dan keuangan pusat jagaan. Pertahankan tingkat akuntabilitas tinggi dalam segala aspek operasional dan manajerial. Pelatihan Berbasis Nilai-Nilai Islam: Berikan pelatihan kepada staf pusat jagaan mengenai nilai-nilai Islam, etika pelayanan, dan kebutuhan

khusus penghuni. Pastikan bahwa staf memiliki pemahaman mendalam tentang aspek-aspek syariah yang relevan dengan layanan yang diberikan. Layanan dan Fasilitas Sesuai Syariah: Pastikan bahwa layanan dan fasilitas yang disediakan di pusat jagaan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti diet halal, lingkungan yang sesuai dengan norma Islam, dan kegiatan yang mendukung nilai-nilai agama.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan pada sektor usaha berbasis pengasuhan yaitu pusat jagaan Bestari Impian, Malaysia. Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan studi kasus karena penelitian dilakukan dengan informan yang relevan seperti pengusaha atau perusahaan berbasis pengasuhan. strategi pemasaran syariah pusat jagaan Bestari Impian adalah merujuk pada strategi yang dirancang untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menitipkan anak-anak mereka. Jenis penelitian yang digunakan dalam menganalisis data ialah penelitian kualitatif. Adapun prosedur penelitian yang dihasilkan dari data deskriptif yaitu wawancara dan observasi. Strategi ini menitikberatkan pada prinsip-prinsip syariah dalam menyediakan layanan perawatan dan pendidikan bagi anak-anak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka didapat strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh Pusat Jagaan Bestari Impian, Malaysia maka didapat hasil penelitian sebagai berikut:



Jaminan Kualitas Pelayanan

Pusat Jagaan Bestari Impian memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas. Parasuraman (Sangadji & Sopiah, 2020) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati, dan produk-produk fisik (*tangible*). Sedangkan Othman dan Owen (2021) menambahkan satu dimensi lagi yaitu *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam) pada kelima dimensi kualitas pelayanan yang dilakukan sebelumnya oleh Parasuraman. Pusat Jagaan Bestari Impian juga menggunakan dimensi ini dalam layanan kualitas jasa yang diberikan. Indikator kualitas pelayanan syariah yang digunakan adalah sebagai berikut: 1) Keandalan (*reliability*), adalah memiliki kemampuan dalam melakukan pelayanan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*), terutama memberikan pelayanan dengan tepat waktu, dengan cara yang sesuai dengan waktu atau jadwal yang dijanjikan sebelumnya dengan orang tua, dan tidak melakukan kesalahan; 2) Daya tanggap (*responsiveness*), adalah kesediaan atau keinginan para guru dalam membantu memberikan jasa pelayanan yang menjadi kebutuhan anak dan orang tua; 3) Jaminan (*assurance*), terdiri dari pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari penyedia layanan untuk menghilangkan rasa keraguan masyarakat dan menjadikan perasaan aman dan bebas dari risiko; 4) Empati, dalam hal ini berupa sikap penyedia layanan dalam mengenali kebutuhan dan kesulitan masyarakat, bagaimana berkomunikasi yang baik, memberikan perhatian, dan kemudahan dalam menjalin komunikasi atau hubungan

dengan masyarakat atau pelanggan; 5) Produk-produk fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas berwujud, berbagai perlengkapan serta sarana komunikasi, dan lainnya yang terdapat dalam proses pelayanan. 6) Kepatuhan pada syariat Islam (*Sharia Compliance*), merupakan kemampuan sebuah lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan berdasarkan prinsip syariah. 8) Manajemen perusahaan harus memperhatikan dimensi kualitas pelayanan. Manajemen telah menetapkan standar kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan untuk dijadikan standar pedoman dalam pelayanan. Jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai standar yang telah ditetapkan, maka dilakukan evaluasi agar permasalahan tersebut tidak terulang dikemudian hari.

Kemitraan dengan Komunitas

Pengembangan kemitraan dengan komunitas yang dilakukan oleh pusat jagaan Bestari Impian, Malaysia, diantaranya: a. Peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, di samping teknologi dan manajemen. b. Peningkatan akses pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha hingga informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana pemasaran. c. Pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk para guru. d. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar sangat penting dilakukan oleh manajemen pusat jagaan Bestari Impian, Malaysia. Hal tersebut harus disertai dengan pengendalian agar proses berjalan kemitraan tidak keluar dari apa yang sepakati yang mengakibatkan kesenjangan. Pusat Jagaan juga membangun hubungan yang kuat dengan komunitas



setempat. Manajemen bersama dengan orang tua berkomunikasi tentang pelayanan yang ditawarkan.

Pemasaran melalui media sosial

Pemasaran melalui media sosial merupakan alat komunikasi yang efektif yang dilakukan oleh pihak manajemen pusat jagaan Bestari Impian, seperti telepon dan email, yang mendukung tujuan fungsi pelayanan, termasuk didalamnya hubungan masyarakat, pemasaran, membangkitkan minat pelanggan, layanan pelanggan, dan riset pasar. Beberapa diantara penggunaan paling baik untuk aktivitas media sosial adalah untuk mendukung fungsi-fungsi layanan, setiap fungsi layanan tersebut sudah memiliki objektif dan targetnya.

Program pengembangan diri

Unsur terpenting dalam kemajuan sebuah perusahaan adalah pengembangan diri sumber daya manusia (SDM). Pengembangan diri yang dilakukan oleh pusat jagaan Bestari Impian memiliki peranan yang sangat penting dalam perusahaan. Dengan Manajemen Sumber Daya Manusia dapat memposisikan karyawan sebagai partner dalam menjalankan segala aktivitas di perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Pelatihan dan pengembangan yang dilakukan mencakup segalanya, baik dalam pengembangan moral dan peningkatan spiritual guru dan nantinya dimuat dalam kebijakan fiskal. Pelatihan dan pengembangan dilakukan untuk meningkatkan keyakinan kepada Allah SWT dan untuk meningkatkan keterampilan serta pengetahuan guru sehingga dapat meningkatkan pengetahuannya dan sikap guru. Di Pusat Jagaan Bestari Impian sendiri telah

melakukan pelatihan dan pengembangan kepada guru didalam melaksanakan aktivitas pusat jagaan.

Layanan pelanggan prima

Dengan berbagai macam karakter masyarakat sebagai konsumen maka dalam memberikan pelayanan dilakukan yang terbaik. Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak lepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Berikut ada beberapa konsep dasar pelayanan prima yang dilakukan oleh pusat jagaan Bestari Impian. (1) Sikap (*attitude*), adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan. Sikap ini menggambarkan dan memberi citra perusahaan, baik itu langsung maupun tidak langsung. Manajemen memiliki aturan yaitu sikap yang ramah dan menjunjung tinggi profesionalisme pekerjaan serta memiliki rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. (2) Kemampuan (*ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki guru dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan. (3) Perhatian (*attention*) adalah tindakan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, dengan meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih. (4) Penampilan (*appearance*) adalah penampilan para guru dan karyawan baik secara fisik dan non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas manajemen.



Umpan balik dan evaluasi

Pusat jagaan Bestari Impian juga melakukan evaluasi umpan balik kepada pelanggan. Proses untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang diberikan oleh pelanggan mengenai produk, layanan, atau pengalaman mereka dengan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang kepuasan pelanggan, persepsi pelanggan tentang kualitas layanan, sehingga perbaikan dapat dilakukan. Evaluasi umpan balik pelanggan melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti survei kepuasan pelanggan, ulasan online, interaksi langsung, dan komunikasi tertulis.

Kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah

Pusat jagaan Bestari Impian juga melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan lembaga keuangan Syariah untuk menawarkan opsi pembiayaan yang sesuai bagi kebutuhan pelanggan dan sistem keuangan manajemen.

Kepercayaan adalah faktor kunci dalam pengambilan keputusan orang tua ketika menitipkan anak-anak mereka di pusat jagaan. Orang tua mencari tempat yang dapat memberikan perawatan yang aman dan berkualitas untuk anak-anak mereka. Strategi pemasaran Syariah diarahkan untuk memenuhi kebutuhan ini.

Bukit Mertajam adalah daerah dengan populasi yang mayoritas Muslim, dan penggunaan prinsip Syariah dalam pelayanan jagaan anak dapat menjadi daya tarik bagi orang tua yang mencari lingkungan yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka, strategi ini menekankan transparansi dalam pengelolaan dana dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Ini adalah langkah penting untuk membangun kepercayaan

masyarakat, melalui pendekatan ini, Pusat Jagaan Bestari Impian memberikan nilai tambah dengan menawarkan pendidikan agama dan moral yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini memenuhi kebutuhan orang tua yang ingin memastikan pendidikan anak-anak sesuai dengan keyakinan agama mereka.

Kolaborasi dengan ulama dan cendekiawan agama lokal memperkuat kredibilitas dan memberikan dorongan besar dalam membangun kepercayaan masyarakat. Ini juga menunjukkan komitmen pusat jagaan pada prinsip-prinsip agama Islam. Penggunaan testimoni dari orang tua yang telah menggunakan layanan Pusat Jagaan Bestari Impian memberikan bukti nyata bahwa pusat jagaan telah berhasil dalam memenuhi harapan orang tua dan membangun kepercayaan. Strategi pemasaran Syariah bukan hanya tentang citra, tetapi juga tentang komitmen jangka panjang untuk memastikan bahwa operasional dan layanan pusat jagaan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Dalam berkeluarga, perempuan bagi masyarakat secara culture lebih menduduki posisi sebagai seorang istri dan ibu yang hidup dalam ranah domestik dengan tanggung jawab mengurus rumah dan mengasuh sang anak, sedang ranah publik ditempatkan untuk laki-laki sebagai seorang suami dan ayah yang berperan bekerja di luar rumah.

SIMPULAN

Pemasaran syariah merupakan langkah strategis yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai lokal, serta dapat membantu Pusat Jagaan Bestari Impian membangun reputasi dan kepercayaan masyarakat yang kuat di Malaysia. Ini merupakan pendekatan yang mempertimbangkan kesejahteraan anak-anak, kebutuhan orang tua, dan nilai-nilai



agama dalam menyediakan layanan jagaan anak yang terpercaya. Strategi pemasaran yang digunakan oleh pusat jagaan Bestari Impian adalah jaminan kualitas pelayanan, kemitraan dengan komunitas, pemasaran melalui media sosial, program pengembangan diri, layanan pelanggan prima, umpan balik dan evaluasi dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dekan Fakultas Agama Islam, Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta dosen pembimbing atas bantuan dan dukungan selama proses penelitian. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan praktik terbaik di masadepan.

DAFTAR PUSTAKA

Anugrah, Dwi. (2023). *Manajemen Strategis. Artikel.*
<https://pascasarjana.umsu.ac.id/manajemen-strategis/>

Guiltinan, J., & Paul. (2019). *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran.* Edisi kedua, Jakarta : Erlangga

Jatiningsih, I. D., & Suhartawan, I. G. (2023). *Strategi Pemasaran Hotel Parama Su Pada Masa Pandemi Covid-19 (Marketing Strategy of Parama Su Hotel During the Covid-19 Pandemic).* 4, 41–54.

Komariah, Kokom. (2019). *Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital dan Memenangkan Persaingan Pasar di*

Samarinda Kalimantan Timur (Studi Kasus Pada Perumahan Sharinita City). *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan dan Kemasyarakatan,* 10 (2), 1–22

Kotler, & Keller. (2009). *Pemasaran Marketing).* *NBER Working Papers,* 89.

<http://www.nber.org/papers/w16019>

Kurtz. (2008). Analisis pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga petani. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents,* 3(April), 49–58.

Marrus. (2002). *Pemasaran.* 01, 31

Mujib, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Syariah.* UM Surabaya.
<http://www.nber.org/papers/w16019>

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Aatuti, R. (2023). *Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Perfektif.* 6(2), 2083–2096.
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1251/660>

Ngatno. (2018). *Buku Manajemen Pemasaran Baru.pdf.* In *EF Press Digimedia* (pp. 1–292).

Nurrachmi, I. (2020). *Diklat Manajemen Pemasaran Syariah.* Widina Bhakti Persada

Othman, Abdul Qowi., & Lynn Owen. (2021). Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House. *International of Islamic Service,* 4 (3) , 201–212

Rahmayati. (2021). *Spiritual Marketing Dalam Memaksimalkan Pemasaran Syariah.* *Sintesa,* 1, 537–543.
<https://doi.org/e-ISSN:2797-9679>

Sahla, H., Sayuti, M., & Ricky Syahputra, A. (2019). *Konsep Pemasaran Dalam*



- Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM*, 5(2), 57–61.
<http://jurnal.una.ac.id/index.php/pionir/article/view/452>
- Sangadji, Etta Mamang., Sopiah. (2020). Perilaku Konsumen. *Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta. ANDI Offset
- Sihotang, M. K., & Umayyah, E. (2022). Aghniya : Jurnal Ekonomi Islam Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 171–180.
<https://doi.org/ISSN 2656-5633>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. ANDI Offset
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun. *Subur_Batik*.
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategi*. ANDI Offset