

Konsep Promosi Sesuai Dengan Syariat Islam

Lempang Hasibuan

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
200504220001@student.uin-malang.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how promotion is taught in Islam by raising the case that is busy in Indonesia today. The research method uses conceptual because this research examines several studies and news. Data were obtained through news, journals, articles, and books. The result of this research is that Holywings company is not in accordance with the promotion that is taught in Islam. because there is an element of vilifying the names of Muhammad and Mary. Furthermore, SMEs that use business names with extreme designations such as Mie Setan, Mie Setan, Es Pocong and so on are declared prohibited. MUI as the institution that has the authority in Indonesia stated that in Number 4 of 2003 concerning Halal standardization, it was stated that all businesses that use bad names such as Mie Setan, Mie Setan and Es Pocong cannot have a halal certificate, considering that this violates Islamic law.

Keywords: *concept, promotion, Islamic law, Indonesia*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana promosi yang diajarkan dalam Islam dengan mengangkat kasus yang ramai di Indonesia saat ini. Metode penelitian menggunakan konseptual karena penelitian ini mengupas dari beberapa penelitian serta berita. Data diperoleh melalui berita, jurnal, artikel, dan buku. Hasil penelitian ini adalah bahwa perusahaan Holywings tidak sesuai dengan promosi yang diajarkan dalam Islam. karena terdapat unsur menjelekan nama yaitu Muhammad dan Maria. Selanjutnya UMKM yang menggunakan nama usaha dengan sebutan ekstrim seperti Mie Setan, Mie Iblis, Es Pocong dan lain sebagainya dinyatakan tidak boleh. MUI selaku lembaga yang memiliki wewenang di Indonesia menyatakan bahwa pada Nomor 4 Tahun 2003 tentang standarisasi Halal menyebutkan bahwa segala usaha yang menggunakan nama yang tidak baik seperti Mie Setan, Mie Iblis dan Es Pocong tidak dapat memiliki sertifikat halal, mengingat hal tersebut melanggar syariat Islam.

Kata kunci: *konsep, Promosi, Syariat Islam, Indonesia*

PENDAHULUAN

Islam merupakan suatu agama yang memiliki aturan disetiap kehidupan manusia. Islam tidak hanya sekedar mengatur dalam bidang peribadahan, akan tetapi Islam juga mengatur urusan sosial dan ekonomi. Dalam Islam menghalalkan berbagai usaha, misalnya perdagangan, perniagaan, jual beli, dan bisnis.

Islam merupakan suatu agama yang memiliki aturan disetiap kehidupan manusia. Islam tidak hanya sekedar mengatur dalam bidang peribadahan, akan tetapi Islam juga mengatur urusan sosial dan ekonomi. Dalam Islam

menghalalkan berbagai usaha, misalnya perdagangan, perniagaan, jual beli, dan bisnis.

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh tumbuhan, sayur sayuran, buah buahan, dan hewan adalah halal. Kecuali yang beracun dan membahayakan kesehatan manusia. salah satu yang termasuk makanan yang halal adalah sebagai berikut:

- a. Tidak mengandung dari binatang yang dilarang dari ajaran Islam, atau dengan kata lain hewan yang tidak disembelih sesuai dengan ajaran Islam
- b. Tidak mengganggu sesuatu yang berkaitan dengan najis.
- c. Tidak ada bahan tambahan yang haram.
- d. Pada saat proses tidak bercampur dengan benda benda yang berbau haram.

Dalam Islam, ketika mengkonsumsi makanan harus memperhatikan aturan sesuai dengan ketentuan yang sudah di atur dalam Islam. dalam Islam juga disyariatkan agar meraih harta yang halal.

Promosi merupakan bagian dari kegiatan marketing mix. Di perusahaan promosi sering menggunakan iklan lewat media cetak maupun elektronik. Tak hanya itu, dalam promosi perusahaan juga sering mengadakan diskon pada hari tertentu. Gunanya adalah untuk menarik pelanggan.

Promosi sangat diperlukan agar barang yang diproduksi diketahui oleh publik. Etika melakukan promosi perlu diperhatikan, agar tidak melanggar aturan yang berlaku. Dalam Islam dijelaskan beberapa aturan ketika melakukan promosi. Sebagaimana dijelaskan dalam Surat Al Jatsiyah ayat 18 :

لَقَدْ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: "kemudian kami jadikan kamu berada di dalam suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama) itu, maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui".

Ayat tersebut menjeskan bahwa perlunya untuk memperhatikan aturan ketika melakukan suatu hal. Misalnya ketika melakukan promosi memiliki etika yang baik dan positif. Tidak ada unsur menjelekkkan atau pun untuk merugikan orang lain.

Saat ini promosi menjadi hal yang ramai diperbincangkan terutama di Indonesia. Hal tersebut disebabkan karena salah satu perusahaan menggunakan nama Muhammad dan Maria. Nama tersebut digunakan sebagai bentuk promo minuman yang beralkohol. Dampaknya banyak menimbulkan problem. Nama Muhammad merupakan nama Nabi yang dijadikan panutan dalam Islam, sedangkan Maria adalah untuk Non Muslim. Mengingat dari itu, perusahaan tersebut dinilai sebagai penistaan agama.

Azzahra, 2022 menyebutkan dalam artikelnya bahwa manajemen Holywings memecat enam karyawan karena tersangka melakukan promo

minuman yang beralkohol dengan menggunakan nama Muhammad dan Maria. Sehingga, Yuli selaku manager menyerahkan karyawan tersebut kepada pihak yang berwenang guna untuk menindaklanjuti atas kasus promo tersebut.

Sutrisna, 2022 dalam artikelnya menyebutkan bahwa Yuli Setiawan selaku manager Holywings mengatakan bahwa bisnis mereka sudah jatuh, lantaran hampir semua outlet atau cabang di Indonesia ditutup karena izin usahanya bermasalah. Total outlet Holywings di Indonesia berjumlah 38, akan tetapi yang masih beroperasi tinggal di Manado dan Batam. Lanjutnya juga menuturkan bahwa di Medan tutup, Surabaya tutup, Makassar tutup, dan Yogyakarta tutup.

Tak hanya itu, perkembangan zaman juga mengakibatkan pola hidup manusia juga ikut berubah, terutama dalam hal kebutuhan primer, yaitu pada makanan dan minuman. Tingginya kebutuhan tersebut dapat mendatangkan peluang untuk dijadikan sebagai bisnis. Perkembangan makanan dan minuman dapat dilihat dengan banyaknya usaha yang menyediakan makanan dan minuman yang siap jadi.

Saat ini bisnis kuliner menjadi suatu kebutuhan dan disenangi oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut bisa dilihat dengan perkembangan bisnis kuliner yang ada di kota kota besar, tidak terkecuali juga masuk dalam ranah pedesaan. Bisnis kuliner dibidang makanan dan minuman menjadi primadona. Tak hanya itu bisnis kuliner memiliki daya tarik tersendiri untuk para pelaku usaha. Berbagai model banyak diperlihatkan, mulai dari nama, memiliki tempat, serta model perjanjian kerja sama bisnis.

Saat ini, bisnis kuliner yang lagi marak atau ramai adalah seperti Mie Setan, Mie Iblis, Es Pocong dalam lain sebagainya. Dari nama nama tersebut membuat konsumen atau pelanggan, hal tersebut lah yang membuat datang untuk membeli makanan tersebut.

Berbagai strategi banyak dilakukan guna untuk membujuk para konsumen. Tujuan dari menggunakan nama tersebut adalah sebagai salah satu bentuk promosi yang dilakukan untuk membujuk konsumen.

Beberapa penelitian juga menyebutkan, bahwa di beberapa kota bisnis kuliner dengan menggunakan nama yang aneh atau masih asing ditelinga masyarakat sudah ada. Misalnya penelitian yang dilakukan Julianti, Fawzi, & Ibrahim, 2019 meneliti tentang penggunaan nama makanan yang tidak lazim di Kota Bandung. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa bisnis kuliner di Kota Bandung banyak menggunakan nama usaha dengan sebutan yang tidak lazim.

Oktavianingsih, 2019 juga meneliti yang hampir sama yaitu tentang keunikan diksi yang digunakan pada nama nama makanan tradisional dan modern. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa di Semarang terdapat beberapa jenis makanan dengan menggunakan nama nama yang unik. Tujuannya adalah untuk menarik konsumen serta memikat pelanggan agar tetap konsisten terhadap bisnisnya.

Tak hanya itu, Kurnia, 2016 juga meneliti tentang tinjauan hukum Islam tentang jual beli makanan dengan sebutan nama-nama aneh. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa di Lampung terdapat beberapa jenis makanan dengan menggunakan nama yang tidak lazim.

Berbagai promosi saat ini sangat beragam terutama pada media sosial. Kadang promosi yang dilakukan tidak sesuai dengan faktanya. Sebut saja misalnya pada produk pakaian. Pakaian yang di upload dalam media sosial sangat bagus, sehingga ketika konsumen melihat pertama kali langsung tertarik. Banyak hal yang sudah terjadi akibat promosi yang dilakukan secara berlebihan yang dampaknya dapat merugikan konsumen. Pengiklanan tersebut dilakukan adalah untuk membujuk para konsumen, dan iklan dijadikan sebagai salah satu bentuk strategi dalam memasarkan produk.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana konsep promosi sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep promosi yang sesuai dengan syariat Islam.

METODE PENELITIAN

Penulisan ini merupakan jenis artikel konseptual. Menurut Alam artikel konseptual merupakan sebuah artikel yang dilakukan tanpa menggunakan penelitian, atau artikel ini merupakan sebuah hasil pemikiran penulis yang berangkat dari permasalahan yang dituangkan dalam bentuk tulisan (Hamdi Agustin, 2015)

Metode penulisan yang diterapkan pada artikel ini adalah metode dokumentasi. Menurut Sugiyono pengumpulan data dengan menggunakan dokumen yaitu berbentuk tulisan, gambar, atau karya dari seseorang. Sumber yang dipakai dalam penulisan ini berasal dari artikel yang relevan, jurnal yang sesuai dengan tema, hasil beberapa penelitian, serta teori-teori dari berbagai buku. (Hamdi Agustin, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan sebuah perusahaan untuk memasarkan produknya (Anoraga 2009). Promosi digunakan untuk mengajak, membujuk serta menyajikan barang kepada konsumen (Mursid 2014). Kegiatan promosi bukan sekedar salah satu alat yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen melainkan salah satu cara yang dilakukan perusahaan agar konsumen terpengaruh serta terikat dalam melakukan pembelian terhadap perusahaannya (Suyoto 2012).

Tujuan Promosi

Promosi memiliki tujuan sebagai bagian dari komunikasi pemasaran adalah sebagai berikut :

a. Memberitahukan

Pihak perusahaan memberitahukan kepada konsumen terkait dengan produknya, agar konsumen mengetahui barang tersebut sehingga konsumen pun dapat membelinya. Sebuah perusahaan yang baru memiliki produk tentunya harus memberitahukan kepada konsumen banyak, agar produknya banyak diketahui banyak orang.

b. Membujuk

Jika suatu perusahaan memiliki produk yang sama, maka memberitahukan tidak cukup. Akan tetapi membujuk sangat tepat untuk dilakukan. Tujuan membujuk dilakukan berarti perusahaan mengembangkan sikap yang menguntungkan sehingga pelanggan akan tetap membeli produknya tanpa harus beralih kepada perusahaan lain.

c. Mengingat

Ketika pelanggan sudah memiliki rasa positif terhadap produk, maka mengingatkan pelanggan adalah strategi yang tepat untuk dilakukan. Tujuannya adalah agar pelanggan tetap bertahan dengan perusahaan tanpa beralih kepada perusahaan lain (Sutisna 2003).

Promosi dalam Islam

Ekonomi Islam adalah suatu ekonomi yang didasari dengan asas ketuhanan. Segala sistem berada pada Allah, dengan tujuan segala kegiatan dan aktivitas yang dilakukan tetap berada pada syariat Islam (Qardawi 1997). Menurut Mustafa Edwin Nasution sistem ekonomi Islam merupakan suatu sistem yang berjalan sesuai dengan ajaran Agama Islam. segala aktivitas berasal dari Al Qur'an dan As Sunnah. Sistem ekonomi Islam merupakan ajaran Islam dan telah dinyatakan Allah sebagai ajaran yang sempurna (Nasution 2007).

Dalam Islam ada beberapa etika yang harus dimiliki ketika melakukan promosi. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Tidak mudah dalam menggunakan sumpah ketika beriklan atau berpromosi.

Hal ini dijelaskan pada sebuah hadits sebagai berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو قَالَ : جَاءَ أُعْرَابِيٌّ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ : يَا رَسُولَ

اللَّهِ مَا الْكَبَائِرُ ؟ - فَذَكَرَ الْحَدِيثَ ، وَفِيهِ (الْيَمِينُ الْعَمُوشُ) الْعَمُوشُ ؟ - قَالَ

(الَّتِي يَتَطَّلَعُ بِهَا مَالُ امْرِئٍ مُسْلِمٍ هُوَ فِيهَا كَاذِبٌ) أَخْرَجَهُ مُسْلِمٌ⁸³

"artinya: dari Abdullah bin 'Amr. Ia berkata: telah datang seorang arab gunung kepada Nabi Saw. Lalu bertanya. Ya Rasulullah! Apa dosa dosa besar? Lalu ia (Abdullan bin Amr) sebut hadits itu, dan disitu terdapat sumpah palsu,

dan disitu ada: saya bertanya: apa sumpah palsu? Sabdanya: sumpah yang dengannya (seorang) mengambil harta seorang muslim, padahal ia dusta pada sumpah” (A. Hasan 2011).

2. Jujur

Dalam Islam melarang melakukan pemalsuan dan penipuan, karena dapat menyebabkan kerugian serta kezaliman. Dalam hadits berikut dijelaskan :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟

قَالَ : (عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) زَوَاهُ الْبِرَارُ وَصَحَّةُ الْحَاكِمِ

“dari Rif’ah bin Rifa’i bahwasanya Nabi Saw ditanya: apa pencarian yang lebih baik? Jawabnya: “bekerja seseorang dengan tangannya dan tiap tiap jual beli adalah bersih”.

3. Memenuhi akad dan menepati janji

Dalam al Qur’an pada Surat Al Maidah ayat 1 diwajibkan harus menepati janji, sebagaimana tertulis dibawah ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَتُكُمْ أَن تَبِيعُوا

مَا بَيْعْتُمْ عَلَيْهِ غَيْرَ مُجَلِّي الصِّدْقِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “wahai orang orang yang beriman! Penuhi janji janji. Hewan ternak diharamkan bagimu kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang ia kehendaki (Indonesia, 2012).

4. Tidak menjadi masalah ketika mendapatkan laba yang sedikit.

5. Tidak menjelek jelekan (Ali Hasan 2010).

Berdasarkan penjelasan tersebut Islam mengatur agar melakukan promosi sesuai dengan syariat yang ditentukan oleh Qur’an, Hadits, maupun Ijma’. Sehingga ketika melakukan promosi dilakukan dengan benar tanpa ada yang dirugikan satu sama lain.

Nilai nilai keislaman yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan promosi adalah sebagai berikut:

a. Tulus dan Ikhlas

Pada prinsip ini didasari dengan niat yang baik serta tidak ada hal yang buruk terhadap orang lain

b. Kejujuran

Ketika melakukan promosi harus jujur dalam menyebarkan informasi. Baik dari spesifikasi produk maupun dari informasi yang lain.

c. Promosi yang bermakna

Promosi dilakukan dengan memiliki makna, artinya tidak ada unsur untuk menjelekan, mengadu domba dan lain lain.

d. Tanggung jawab

Bertanggung jawab terhadap apa yang diperomosikan kepada publik. Tidak sekedar cakap ketika menyebarkan informasi semata.

Pada dasarnya Promosi dalam Islam diperbolehkan, asalkan pada pelaksanaannya sesuai dengan syariat Islam, serta mengikuti prinsip yang ditetapkan. Karena pada dasarnya segala bentuk muamalah itu diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkan. Pada saat ini terdapat Berita yang lagi hangat, yaitu beredarnya promosi yang dilakukan perusahaan Holywings. Perusahaan tersebut melakukan promosi dengan menggunakan nama Muhammad dan Maria. Hal tersebut banyak memicu dikalangan Islam. mengingat bahwa Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk Muslim terbesar di dunia. Dampak promosi tersebut mengakibatkan perusahaan Holywings banyak yang tutup. Dari berita yang didapatkan bahwa perusahaan yang masih beroperasi tinggal dua yaitu Manado dan Batam. Sedangkan cabang Jakarta, Yogyakarta, Medan, Surabaya sudah tutup.

Ketika melakukan promosi, Islam mengatur beberapa ketentuan. Diantaranya terdapat, tidak menggunakan sumpah, jujur, menepati janji, keuntungan bukan prioritas pertama, dan tidak menjelek jelekkan. Berdasarkan dari ketentuan ini promosi yang dilakukan oleh perusahaan Holywings tidak sesuai dengan ajaran Agama Islam. selain dari produk yang tidak diperbolehkan dalam Islam, perusahaan tersebut mengatasnamakan Muhammad dan Maria.

Tak hanya dari itu, dari UMKM juga ditemukan bahwa terdapat beberapa bisnis yang melakukan promosi dengan menggunakan nama yang tidak lazim. Seperti bisnis kuliner yang ada di Bandung, Lampung, dan Malang. Nama yang dipakai seperti Mie Setan, Mie Iblis, Es Gondrowuo, Dan Es Pocong.

Di Indonesia memiliki Majelis Ulama Indonesia (MUI). MUI memiliki tujuan untuk membantu umat Islam agar terhindar dari hal hal yang haram dan hal hal yang tidak diinginkan. Dalam fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 tentang standarisasi halal menjelaskan bahwa tidak boleh menggunakan nama pada makanan yang mengarah kepada negatif ataupun tidak baik, seperti menggunakan nama Setan, Iblis dan lain sebagainya.

Dalam Al Qur'an Surat Al Baqarah ayat 168 menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada manusia agar memakan makanan yang halal lagi baik, dan Allah menyuruh agar tidak mengikuti langkah langkah Setan, karena sesungguhnya Setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.

Surat Al A'raf ayat 157 menyebutkan : " beliau menghalalkan yang baik untuk mereka, dan beliau mengharamkan al Khabaits.

Kandungan yang terdapat dalam ayat tersebut adalah bahwa dianjurkan agar memberi nama yang baik untuk sesuatu yang baik, dan memberi nama yang buruk untuk segala nama yang buruk. Dalam kata lain, memberi nama baik pada hal yang Allah halalkan serta memberi nama yang bagi segala suatu yang Allah haramkan.

Dalam Hadits Muslim dijelaskan sebagai berikut:

أَنَّ زَيْنَبَ، كَانَ اسْمَهَا بَرَّةَ فَقِيلَ: تُرْكِي نَفْسَهَا، فَسَمَّاهَا
رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ زَيْنَبَ

Artinya: “sesungguhnya Zainab dulu namanya Barroh. Ada mengatakan : dia merekomendasikan dirinya. Maka kemudian Rosulullah Saw menamakannya (merubah namanya) menjadi Zainab” (Julianti, Fawzi, and Ibrahim 2019).

Setiap muslim yang baik, pasti menganggap bahwa nama adalah bukan sekedar nama, melainkan mempertimbangkan agar ketika memilih nama tidak sembarangan. Sama halnya dalam memilih nama makanan.

Berdasarkan dari Fatwa MUI tersebut bahwa menggunakan nama lazim adalah tidak dibolehkan serta sesuai dengan Qur'an Surat Al Baqarah ayat 168 melarang untuk memakan yang tidak baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Perusahaan Holywings yang melakukan promosi dengan menggunakan nama Muhammad dan Maria adalah tidak sesuai dengan promosi yang diajarkan dalam Islam. menginggat bahwa dalam Islam ketika melakukan promosi harus memiliki etika, jujur, tidak mudah dalam mengatakan sumpah, menepati janji, serta tidak menjelek jelekan.

UMKM yang menggunakan nama ekstrim sebagai strategi promosi seperti menggunakan nama Mie Setan, Mie Iblis, dan sebagainya dinyatakan tidak sesuai dengan ajaran agama Islam. MUI selaku yang memiliki wewenang di Indonesia menyebutkan bahwa pada Nomor 4 Tahun 2003 tentang standarisasi halal menyebutkan segala usaha yang memiliki nama yang lazim adalah dilarang dalam Islam. MUI juga menyebutkan bahwa UMKM yang menggunakan nama tersebut tidak memiliki sertifikat halal, mengingat nama Bisnis yang halal atau sesuai dengan syariat Islam menjadi syarat untuk mendapatkan sertifikat halal yang dikeluarkan MUI.

Penelitian ini masih menggunakan konseptual, artinya sumber data masih dalam rana data skunder. Peneliti juga menyadari bahwa referensi dalam penelitian ini masih kurang. Untuk itu bagi peneliti selanjunya dapat menggunakan studi lapangan guna mendapatkan jawaban yang maksimal. Selanjutnya untuk peneliti selanjutnya dapat memperbanyak referensi agar penelitian dapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka jurnal ilmiah:

- Kurnia, Kiki. 2016. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Makanan Dengan Sebutan Nama Nama Aneh (Studi Kasus Bandar Lampung." (July): 1–23.
- Oktavianingsih, Ika. 2019. "Keunika Diksi Yang Digunakan Pada Nama-Nama Makanan Tradisional Dan Modern." *Penerbit Universitas PGRI Semarang* 08(02): 72–78. https://ejournal-pasca.undiksha.ac.id/index.php/jurnal_bahasa/article/download/3500/pdf.

Pustaka berbentuk buku:

- Anoraga, Pandji. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasan, A. 2011. *Terjemah Bulughal Maram Ibnu Hajar Al Asqalani*. Bandung: Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Dan Bank Syariah*. Bogor: Galia Indonesia.
- Indonesia, Kementrian Agama Republik. 2012. *Al Qur'an Dan Terjemah*. Jawa Barat: Syamil Qur'an.
- Kotler, Philip, and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Erlangga.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Qardawi, Yusuf. 1997. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Suyoto, Danang. 2012. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.

Pustakan dari Media Online

- Azzahra, Tiara Aliya. 2022. "Holywings Pecat 6 Karyawan Tersangka Promo Miras Untuk Muhammad Dan Maria." www.detikNews.com. <https://news.detik.com/berita/d-6153515/holywings-pecat-6-karyawan-tersangka-promo-miras-untuk-muhammad-dan-maria> (June 30, 2022).
- Sutrisna, Tria. 2022. "Ini Tanggapan Manajemen Holywings Setelah 'Outlet' Di Jakarta Disegel." www.kompas.com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2022/06/29/08061071/ini-tanggapan-manajemen-holywings-setelah-outlet-di-jakarta-disegel?page=all> (June 30, 2022).