

## Bisnis Dan Marketing Mix Home Industry Jamu Tradisional Sinoman Di Kota Palangka Raya

### *Business and Marketing Mix Home Industry Sinoman Traditional Herbal Medicine In Palangka Raya City*

Sofyan Hakim <sup>1</sup>, Muhammad Riza Hafizi <sup>2</sup>, Hasnita Hasnita <sup>3</sup>, Haidi Hajar Widagdo <sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi Syariah, IAIN Palangkaraya

<sup>3</sup>Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Palangkaraya

<sup>4</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palangkaraya

Korespondensi penulis : [sofyan.hakim@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:sofyan.hakim@iain-palangkaraya.ac.id)<sup>1</sup>, [riza.hafizi@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:riza.hafizi@iain-palangkaraya.ac.id)<sup>2</sup>,  
[hasnita@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:hasnita@iain-palangkaraya.ac.id)<sup>3</sup>, [haidihajarw@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:haidihajarw@iain-palangkaraya.ac.id)<sup>4</sup>

#### Article History:

Received : 17 Agustus 2023

Revised : 23 September 2023

Accepted : 05 Oktober 2023

**Keywords :** *Business Development Of Home Industry, Marketing Mix, Traditional Herbal Medicine*

**Abstract** *Business activity is an activity that requires very serious thinking and understanding to improve marketing. A product is created that is a superior product and has quality, because the business world competition is always there. If the product created does not have an advantage, then the product created will not excel in the market. If a business experiences a decline in sales, then the business must try to take steps or ways to improve to save the business being run. The activities carried out in this PKM are to find out the Marketing Mix strategy of Sinoman traditional herbal medicine in the city of Palangka Raya, by implementing marketing with a form of Marketing Mix strategy that can support marketing products with the 4P Method. This paper aims to build community service activities in an effort to knowledge and business development of Home Industry in the city of Palangka Raya. This activity can be taken benefit and wisdom, and the findings of this service lie in a strategy that should be applied in business is Marketing Mix, about the steps to apply the 4Ps consisting of Product, Price, Distribution/Place and Promotion. The first part of the main step must be done by business people is to plan product marketing strategies, so that the goal in doing business to obtain profit can be achieved maximally.*

#### Abstrak

Aktivitas berbisnis merupakan suatu kegiatan membutuhkan pemikiran dan pemahaman yang sangat serius untuk peningkatan Marketing. Sebuah produk diciptakan yang merupakan produk unggulan dan memiliki kualitas, sebab dunia bisnis persaingan pasti selalu ada. Jika produk yang diciptakan tidak memiliki keunggulan, maka produk yang diciptakan tidak akan unggul dipasarkan. Jika suatu usaha mengalami penurunan penjualan, maka bisnis tersebut harus berupaya untuk melakukan langkah atau jalan perbaikan untuk menyelamatkan bisnis yang dijalankan. Kegiatan yang dilakukan pada PKM ini yaitu mengetahui strategi Marketing Mix jamu tradisional Sinoman yang berada di kota Palangka Raya, dengan menerapkan pemasaran dengan bentuk strategi Marketing Mix yang mampu mendukung dalam memasarkan produk dengan Metode 4P. Tulisan ini bertujuan untuk membangun kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya pengetahuan dan pengembangan bisnis Home Industry yang ada di kota Palangka Raya. Kegiatan ini dapat diambil manfaat dan hikmahnya, dan temuan pengabdian ini terletak pada sebuah strategi yang mestinya diterapkan dalam bisnis adalah Marketing Mix, tentang langkah penerapan 4P yang terdiri dari Produk, Harga, Distribusi/Place dan Promosi. Bagian awal langkah utama mesti dilakukan oleh para pelaku bisnis adalah merencanakan strategi pemasaran produk, sehingga tujuan dalam berbisnis untuk memperoleh laba profit dapat tercapai dengan maksimal.

**Kata kunci:** Bisnis Home Industri, Marketing Mix, Jamu Tradisional

## **PENDAHULUAN**

Perekonomian dunia Industry jamu saat ini telah menjadi kontribusi untuk pendapatan nasional di Indonesia, sebagai tanaman herbal yang merupakan sarana dalam pengobatan alternatif Kesehatan untuk meningkatkan pola kebiasaan gaya hidup sehat di masyarakat yang mampu menggeser pemikiran dalam konsumsi obat-obatan kimia yang saat ini, tertanam di pola pikir masyarakat “back to nature” (produk berasal dari alam) untuk kembali menggunakan.

Jelas kita ketahui bahwa negara Indonesia merupakan negara kaya akan budaya dan alamnya masih terjaga serta kondisi sekitarnya yang dapat digunakan sebagai bahan utama pembuatan herbal obat-obatan alami yang dikemas dalam bentuk jamu tradisional oleh pihak Home Industry. Dimana bahan-bahan bakunya yang banyak dan melimpah, serta ditunjang dengan tingginya harga obat-obatan kimia pada saat ini yang semakin mahal, serta banyaknya masyarakat yang lebih memilih untuk melakukan pengobatan tradisional saja daripada pengobatan modern dengan mengkonsumsi herbal alami yang terbuat dari jamu tradisional, walaupun pada dasarnya sebagian masyarakat meyakini bahwa jamu tradisional dapat membuat tubuh semakin sehat. Jamu adalah obat yang bersifat herbal memiliki kandungan didalamnya tanpa ada sedikitpun bahan pengawet buatan atau kimia, bahan baku utamanya yang berasal dari tanaman obat yang sangat berkhasiat bagi kesehatan tubuh manusia, dengan melimpahnya bahan-bahan yang digunakan untuk membuat jamu tradisional di Indonesia tentunya mempunyai peluang usaha bagi para pengusaha membuat perusahaan jamu dengan mendirikan Home Industry yang dijadikan sebagai peluang usaha.

Berdasarkan hasil survei Home Industry jamu tradisional sinoman ini merupakan produk yang sangat diminati warga, terlihat pada pemasaran produk jamu Sinoman ada di berbagai tempat toko kecil di kota Palangka Raya (Survei lapangan, 2023), akan tetapi produk yang dipasarkan sangat terbatas hanya di kota Palangka Raya saja hal ini disebabkan oleh keterbatasan anggaran dalam produksi yang minim. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) yang dilakukan ini adalah bentuk pengembangan sumber daya manusia dan dalam pemenuhan tugas dari Lembaga untuk mengembangkan potensi SDM dunia bisnis usaha Home Industry di kota Palangka Raya. Sesuai tema pada PKM ini adalah “Manajemen usaha dan marketing mix produk home Industry jamu tradisional sinoman di Kota Palangka Raya”, diharapkan dapat mengembangkan usahanya lebih luas bahkan keluar daerah dalam pemasaran produk jamu tradisional ini.

Segala bentuk pemahaman dan juga pendampingan untuk menerapkan manajemen usaha yang meliputi manajemen sumberdaya manusia, dan manajemen pemasaran dalam merintis dunia usaha bisnis. Dengan demikian, suatu usaha bisnis ini dapat mewujudkan secara

berkesinambungan Home Indutry yang ada di Kota Palangka Raya. Kegiatan PKM ini terkait bagaimana strategi manajemen bisnis Marketing Mix dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu tentang langkah-langkah bagaimana menerapkan 4P yang terdiri dari Produk, Harga, Distribusi dan Promosi (Tjiptono, Diana, 2016). Saat ini kita ketahui bahwa sebuah strategi dalam bisnis menentukan keberhasilan pencapaian dunia usaha mandiri. Dengan adanya program PKM ini diharapkan dapat menjadi alternatif sebuah solusi demi tingkat kemajuan masyarakat kota Palangka Raya khususnya para pelaku bisnis agar semakin meningkat pengetahuan ditunjukkan dengan meluasnya pasar dan meningkatnya penjualan produk yang dihasilkan.

Saat ini jamu menjadi ciri khas bangsa Indonesia dan merupakan salah satu keunggulan masyarakat lokal yang berpotensi besar di pasaran bisa dikatakan pangsa pasarnya pun mudah ditemukan di seluruh pelosok wilayah Indonesia. Pada tahun 2019, berdasarkan sumber yang didapat bahwa Industry obat tradisional mengalami pertumbuhan sebesar 6% atau berada di atas pertumbuhan ekonomi nasional. Melihat perkembangan tersebut, Industry obat tradisional atau jamu juga memegang peran penting dalam perekonomian nasional, antara lain dengan menyediakan lapangan kerja untuk kurang lebih tiga juta tenaga kerja (Pertumbuhan Industri Jamu & Obat Tradisional Tembus 6 Persen pada 2019, 2020).

## METODE

Metode yang digunakan dalam PKM ini yaitu dengan edukasi lapangan yang melibatkan seluruh tim, berinteraksi terhadap seluruh karyawan dan pemilik Home Industry juga pembeli, serta melalui wawancara lapangan.



Sumber: diolah peneliti 2023

1. Tahap persiapan, yaitu melakukan perencanaan dan survey untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat PKM, serta menetapkan sasaran dalam tujuan objek PKM. Pada tahap persiapan juga dilakukan mempersiapkan materi untuk melengkapi sarana kegiatan PKM.
2. Pelaksanaan Pendampingan, meliputi kegiatan Praktek yang berupa teori dan edukasi.
3. Evaluasi kegiatan, meliputi kegiatan evaluasi keberhasilan selama PKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan edukasi ini memberikan dampak yang baik bagi Home Industry dan yang lainnya, dikarenakan pada saat ini persaingan di dunia bisnis semakin ketat apalagi ditambah dengan dunia digital marketing juga mulai menuju era digitalisasi dalam Teknik promosi dan penjualan, sehingga para pelaku bisnis harus memiliki media penjualan dan promosi yang baik juga menarik agar mampu menarik perhatian konsumen. Dapat terlihat dari bagaimana cara promosi dan bentuk kemasan yang selalu berinovasi pada Home Industry jamu Sinoman ini.

Saat ini teknologi digital marketing memegang peranan penting di dalam dunia pemasaran di era digital saat ini. Perkembangan digital yang sangat pesat memberikan peluang baru di dunia pemasaran sebagai jalan baru untuk memasarkan produk dan jasa. Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasa ke pemasaran online. Indonesia sudah memasuki revolusi Industry 4.0 sehingga segala aktivitas dalam dunia Industry harus mampu memanfaatkan teknologi digital yang telah ada. Apalagi saat ini sedang menuju era 5.0, digital marketing ini dapat dijadikan sebagai strategi yang sangat efektif dan efisien dalam proses pemasaran dan menarik konsumen untuk mengenal produk dan jasa yang ditawarkan. Tidak hanya korporasi besar saja, digital marketing juga sudah mulai diterapkan oleh unit usaha kecil dan menengah. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sudah mampu bersaing di era revolusi Industry 4.0 dalam mengembangkan usahanya. Mengingat kondisi pandemi Covid-19 sejak dua tahun terakhir yang tidak tahu kemana ujungnya. Para pelaku usaha mau tidak mau harus menerapkan strategi digital marketing untuk menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Sistem pemasaran yang menerapkan digital marketing harus menggunakan strategi pemasaran yang matang agar dapat sesuai dengan target pasar serta memenuhi kebutuhan konsumen (Digital Bisa).

Berikut penjelasan konsep dalam *Marketing Mix* Jamu sinoman:



Sumber: Data diolah peneliti 2023

## Marketing Mix 4P Jamu sinoman

### 1. Produk (Product)

Produk merupakan bagian dari unsur utama yang paling dominan dan sangat penting dalam bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Sebuah perencanaan yang matang bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dimulai dengan fokus pada suatu penawaran kepada konsumen yang selalu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan minat pelanggan yang mestinya telah kita pahami bahwa konsumen menginginkan keistimewaan sebuah produk dipasaran yang kita ketahui bahwa jamu tradisional kini sudah banyak ada di kota Palangka Raya. Beberapa pendapat ahli dapat kita ambil sebagai sumber utama untuk pemasaran dan asumsi untuk tindak lanjut sebuah produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dipasarkan meliputi barang-barang fisik, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, *property*, organisasi, gagasan (Kotler, 2000).

Hasil produk perusahaan sebagai sesuatu untuk konsumsi masyarakat, Adapun menurut pemilik dalam memasarkan produk jamu sinoman meliputi Keragaman Produk, Kualitas, Desain, Nama *Merk*, Ukuran, Pelayanan (Wawancara Ibu Lilik, 2023). Diciptakan tentunya memiliki keunggulan tersendiri yang dapat bersaing di pangsa pasar. Penjualan yang berhasil pada suatu pasar yang kompetitif didasarkan atas produk barang dan jasa yang dihasilkan, apakah sudah mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan pelangga atau tidak. Kota Palangka Raya merupakan daerah yang dimana masyarakatnya tergolong muslim jelas perlu kita ketahui suatu produk yang kita pasarkan harus dilihat dalam perspektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah produk yang berlabelkan halal.

Produk yang Islami adalah produk yang telah teruji dan lolos uji kehalalannya menurut syara'. Seorang muslim diperintahkan oleh Allah untuk memakan makanan yang halal, Allah Swt berfirman:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

88. Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman (Kemenag, n.d.).

Dari ayat diatas menjelaskan tentang perintah Allah pada sebuah keharusan untuk memakan makanan halal dan baik kepada setiap kaum muslim. Dari pendapat tersebut dapat dibuat simpulan bahwa setiap produk adalah suatu bentuk penawaran kepada konsumen dan pelanggan mengenai suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan hidup.



**Gambar 1. Dokumentasi Produk Sinoman 2023**

## 2. Harga (Price)

Harga dari sebuah produk dapat mempengaruhi jumlah produk yang akan dijual ke pasaran dan jauh lebih lanjut sangat menentukan diterimanya di mata pelanggan, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Harga yaitu Suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants) dan memuaskan konsumen (satisfaction) yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2004). Sehingga harga harus ditentukan dengan harga terjangkau dikalangan masyarakat kota Palangka Raya dan dalam jumlah yang tepat. Harga merupakan salah satu elemen dalam Marketing Mix yang memiliki peranan sangat penting bagi suatu perusahaan atau pebisnis, karena harga menempati posisi yang sangat khusus dalam Marketing Mix penentuan harga memang sangat krusial karena menyangkut bahan baku pembuatan sebuah produk, yang sangat berhubungan erat dengan biaya-biaya lainnya baik berupa diskon maupun Potongan Harga (Wawancara Ibu Lilik, 2023). Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam melaksanakan kebijaksanaan harga adalah menempatkan harga dasar produk, menentukan potongan harga, pembiayaan ongkos

kirim, dan lain-lain yang berhubungan dengan harga. Dalam masalah harga jamu sinoman ini menetapkan harga dipasar dari Rp 5.000 – Rp 10.000, yang menurut pemilik terjangkau dikalangan masyarakat (Wawancara Ibu Lilik, 2023).

Penentuan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, Berkenaan dengan hal tersebut Allah SWT berfirman :

لَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَفْرَحُونَ بِمَا آتَوْا وَيُجِبُونَ أَنْ يُحْمَدُوا بِمَا لَمْ يَفْعَلُوا فَلَا تَحْسَبَنَّهُمْ بِمَفَازَةٍ مِنَ الْعَذَابِ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

188. Jangan sekali-kali kamu mengira bahwa orang yang gembira dengan apa (perbuatan buruk) yang telah mereka kerjakan dan suka dipuji atas perbuatan (yang mereka anggap baik) yang tidak mereka lakukan, kamu jangan sekali-kali mengira bahwa mereka akan lolos dari azab. Mereka akan mendapat azab yang sangat pedih.



**Gambar 2. Dokumentasi Produk Sinoman 2023**

### 3. Promosi (Promotion)

Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang untuk bertindak (Tjiptono, 2005). Suatu produk walaupun sangat bermanfaat bagi masyarakat, tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen maka produk yang di pasarkan tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan tentu saja konsumen tidak sama sekali berminat untuk membelinya salah satu contoh produk yang bisa dikatakan adalah produk yang hanya dikenal di daerah saja berbeda dengan produk yang telah dipasarkan secara luas oleh produsen atau perusahaan dan dimana mereka telah mengenal produk tersebut contoh promosi penjualan jamu tolak angin sido muncul dimana produk ini telah mendapatkan pangsa pasranya tersendiri dikalangan pelanggan indonesia, Perusahaan Sido sangat survive (bertahan) sampai saat ini karena mengedepankan modernisasi dan inovasi terhadap semua produknya.

Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Berkaitan

dengan hal itu maka ajaran Islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelanggan. Sebuah hadits disebutkan: “Ibnu Umar berkata: Seorang laki-laki mengadu pada Nabi, “Aku telah tertipu dalam jual beli.” Maka beliau bersabda, “Katakanlah kepada orang yang kamu ajak berjual beli, “Tidak boleh menipu” Sejak itu, jika ia bertransaksi jual beli, ia mengatakannya (HR. Bukhari).

Dalam penyampaian promosi atau iklan ada aspek yang perlu diperhatikan: 1. Keikhlasan, 2. Tha'ah. 3. Uswah. 4. Kejujuran (Shiddiq). 5. Persaudaraan (Ukhuwah). 7. Edukatif (Tarbawy). 7. Rendah Hati (Tawadhu) (Chairiawaty, 2012). Dan juga menurut pemilik Home Industry meliputi Promosi Penjualan, Tenaga Penjualan, Pemasaran Langsung (Wawancara Ibu Lilik, 2023) melakukan promosi jamu tradisional sinoman ini melalui door to door yaitu dengan menitipkan dari warung ke warung lainnya juga dengan promosi pada saat Car Friday dihari minggu pagi dengan penjualan dimana aktivitas kegiatan masyarakat kota Palangka Raya di hari libur pada pagi hari tersebut.

#### **4. Tempat/Distribusi (Place)**

Saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan satu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler. P & Amstrong, G, 1997). Sedangkan Place (Tempat) berarti kemana tempat/lokasi yang dituju, bagaimana saluran distribusinya, berapa banyak saluran, dan kondisi para penyalur yang diperlukan (Alma, 2004).

Saluran pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai tempat/lokasi perusahaan. Letak suatu perusahaan/usaha harus mudah dijangkau oleh masyarakat, seperti misalnya disekitar pusat-pusat perbelanjaan atau pasar dan lainnya. Seorang pebisnis harus mampu memilih lokasi yang representatif dan dapat dilihat oleh masyarakat. Home Industry jamu sinoman dalam hal ini perlu melihat bagaimana situasi dan kondisi sebuah tempat dalam penjualan, dapat dikatakan bahwa jamu tradisional sinoman ini telah tepat dalam sasaran dimana terbukti dalam penjual produk Home Industry jamu sinoman tidak mengalami kendala, dengan dikuatkan sumber lapangan bahwa Saluran Pemasaran, Pemasok, Lokasi Persediaan telah tepat sasaran dengan produksi sehari mencapai 100 botol (Wawancara Ibu Lilik, 2023).

Perspektif syariah, saluran pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Namun tersirat, Islam lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. Hal itu untuk menghindari adanya aksi pencegahan barang sebelum sampai ke pasar. Dalam sebuah Hadits disebutkan. Yang

artinya: “Ibnu Umar berkata, “Sesungguhnya Rasulullah melarang seseorang mencegat barang dagangan sebelum tiba di pasar.” (HR. Muslim).

Bisnis dalam al-Qur’an disebut sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Sehingga suatu bisnis dapat disebut bernilai, apabila kedua tujuannya yaitu pemenuhan kebutuhan material dan spiritual telah dapat terpenuhi secara seimbang (Darmawati, 2013). Segala bentuk bisnis dan usaha yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Dengan pandangan kesatuan bisnis dan etika, pemahaman atas prinsip-prinsip etika suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

## **KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa strategi Marketing Mix merupakan sebuah strategi/cara dalam menerapkan 4P, yang terdiri dari produk, harga, promosi dan Tempat/Distribusi (Place), suatu usaha yang di kelola oleh pebisnis. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Seorang pebisnis harus mampu melihat situasi yang representatif oleh masyarakat Kota Palangka Raya. terbukti Home Industry jamu sinoman dalam hal ini dapat melihat peluang bisnis bagaimana situasi dan kondisi sebuah penjualan, yang dapat dikatakan bahwa jamu tradisional sinoman dapat mengambil selera dari konsumen untuk menikmati produk ini dan tidak mengalami kendala apapun dari segi penjualan hanya saja keterbatasan dana yang minim. Maka dari itu perlu adanya peran pemerintah setempat untuk membantu dalam pengembangan UMKM dan Home Industry yang ada di Kota Palangka Raya yang tidak hanya jamu sinoman saja akan tetapi UMKM lainnya untuk pembangunan ekonomi yang merata menuju Indonesia sejahtera.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Chairiawaty, C. (2012). *Branding Identity: Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam*. <http://repository.unisba.ac.id:8080/xmlui/handle/123456789/18532>. (diakses 10 Juli 2023)
- Darmawati, H. (2013). *Etika bisnis dalam perspektif islam: eksplorasi prinsip etis al qur'an dan sunnah*. 11.
- Digital Bisa. *Digital Marketing: Strategi Pemasaran di Era Industri 4.0*. #DigitalBisa. <https://digitalbisa.id/artikel/digital-marketing-strategi-pemasaran-di-era-industri-40-T9FCd>. (diakses 11 Juli 2023).
- Kemenag. (2020). *Al-Qur'an Surat Al-Maidah Ayat ke-88*.
- Kotler, P & Amstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pertumbuhan Industri Jamu & Obat Tradisional Tembus 6 Persen pada 2019. (2020, January 16). *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200116/257/1190879/pertumbuhan-industri-jamu-obat-tradisional-tembus-6-persen-pada-2019>. (diakses 12 Juli 2023).
- Survei lapangan. *Hasil survei lapangan di kota Palangka Raya*. (diakses 10 Juli 2023).
- Tjiptono, Diana. (2016). *Pemasaran: Essence & application*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Wawancara Ibu Lilik. *Pemilik Home Industri Jamu Sinoman Palangka Raya*. (diakses 10 Juli 2023).