



Penggunaan *Spray Foam* dalam Pembuatan DIY: Kajian Estetika, Biaya, dan Keberlanjutan Material

Eki indriyanti¹, Javier Syarif Ananta Syahbana², Dhaful Oktaviatul Rokmah³,
Muhammad Yasin⁴

^{1,2,3,4}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

E-mail: ekiindriyanti893@gmail.com¹, javiersyarif3@gmail.com², dhafuloktavia@gmail.com³,
yasin@untagsby.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received June 05, 2025

Revised June 18, 2025

Accepted June 28, 2025

Keywords:

*Aphrodite Mirror,
Entrepreneurship, Innovative
Products.*

ABSTRACT

In this modern era, aesthetics and comfort in interior design is one of the important factors that many people pay attention to. Glass as a decorative element has long been used in various spaces, ranging from homes, offices, to businesses. However, the use of traditional glass often has several limitations, such as weight, risk of breakage, and lack of flexibility in design. With this background, this Aphrodite Mirror business research was prepared to explain the market potential, marketing strategies, and operational plans that will be carried out to bring this innovative product to the community. This research aims to determine the needs and preferences of consumers in choosing glass products for interior decoration purposes. In this Aphrodite Mirror business research, it has been identified that an innovative product that combines glass with foam frames offers a safe, aesthetic, and functional interior decoration solution. With continuous evaluation and adaptation, this venture is expected to make a positive contribution to the development of the interior design industry in Indonesia and achieve its desired financial goals.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 05, 2025

Revised June 18, 2025

Accepted June 28, 2025

Keywords:

*Aphrodite Mirror, Kewirausahaan,
Produk Inovatif.*

ABSTRAK

Dalam era modern ini, estetika dan kenyamanan dalam desain interior menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan oleh banyak orang. Kaca sebagai elemen dekoratif telah lama digunakan dalam berbagai ruang, mulai dari rumah tinggal, kantor, hingga tempat usaha. Namun, penggunaan kaca tradisional seringkali memiliki beberapa keterbatasan, seperti berat, risiko pecah, dan kurangnya fleksibilitas dalam desain. Dengan latar belakang tersebut, penelitian usaha Aphrodite Mirror ini disusun untuk menjelaskan potensi pasar, strategi pemasaran, serta rencana operasional yang akan dilakukan untuk menghadirkan produk inovatif ini kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen dalam memilih produk kaca untuk keperluan dekorasi interior. Dalam penelitian usaha Aphrodite Mirror ini, telah diidentifikasi bahwa produk inovatif yang menggabungkan kaca dengan bingkai foam menawarkan solusi dekorasi interior yang aman, estetis, dan fungsional. Dengan evaluasi dan adaptasi yang berkelanjutan, usaha ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri desain interior di Indonesia dan mencapai tujuan finansial yang diinginkan.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Eki Indriyanti

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: ekiindriyanti893@gmail.com

Pendahuluan

Dalam era modern ini, estetika dan kenyamanan dalam desain interior menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan oleh banyak orang. Kaca sebagai elemen dekoratif telah lama digunakan dalam berbagai ruang, mulai dari rumah tinggal, kantor, hingga tempat usaha. Namun, penggunaan kaca tradisional seringkali memiliki beberapa keterbatasan, seperti berat, risiko pecah, dan kurangnya fleksibilitas dalam desain.

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, hadir inovasi baru yaitu Aphrodite Mirror, yaitu kaca yang dibingkai dengan bahan foam (busa) yang ringan dan fleksibel. Produk ini tidak hanya menawarkan keindahan visual dari kaca, tetapi juga keunggulan dari bahan foam yang memberikan keamanan dan kenyamanan. Frame foam ini berfungsi untuk melindungi kaca dari benturan, mengurangi risiko pecah, serta memudahkan pemasangan dan pemindahan.

Selain itu, Aphrodite Mirror juga memiliki potensi pasar yang besar. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap desain interior yang unik dan fungsional, produk ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari alternatif kaca yang lebih aman dan lebih ringan. Target pasar untuk Aphrodite Mirror mencakup kalangan rumah tangga, perkantoran, serta pelaku industri kreatif yang membutuhkan elemen dekoratif yang menarik dan aman.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian usaha Aphrodite Mirror ini disusun untuk menjelaskan potensi pasar, strategi pemasaran, serta rencana operasional yang akan dilakukan untuk menghadirkan produk inovatif ini kepada masyarakat. Diharapkan, usaha ini tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri desain interior di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen dalam memilih produk kaca untuk keperluan dekorasi interior. Adapun Tujuan lain studi ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik dan keunggulan Aphrodite Mirror dibandingkan dengan produk kaca tradisional lainnya, untuk menentukan target pasar yang paling potensial untuk produk Aphrodite Mirror, untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan dan menjual produk Aphrodite Mirror kepada konsumen dan untuk menyusun rencana operasional dalam produksi dan distribusi Aphrodite Mirror agar dapat memastikan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Tinjauan Pustaka

- 1. Perilaku Konsumen**, Perilaku konsumen dalam memilih produk dekorasi interior, termasuk kaca, sangat dipengaruhi oleh faktor estetika, keamanan, dan fungsionalitas. Dalam konteks Aphrodite Mirror, konsumen semakin sadar akan pentingnya menciptakan ruang yang tidak hanya indah tetapi juga aman, terutama dalam lingkungan yang melibatkan anak-anak atau hewan peliharaan. Konsumen cenderung mencari produk yang memberikan nilai lebih, seperti kepraktisan dalam pemasangan



dan pemindahan, serta desain yang dapat disesuaikan dengan tema interior mereka. Selain itu, tren belanja online yang meningkat memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumen, di mana mereka lebih memilih untuk melakukan riset dan membeli produk melalui platform digital (Fadhli, Dwi Aprilia and Angga Putra, 2021).

2. **Kualitas Produk dan Estetika**, Kualitas produk adalah salah satu aspek terpenting dalam menentukan kepuasan konsumen (Hilary and Wibowo, 2021). Untuk Aphrodite Mirror, kualitas kaca dan bahan foam yang digunakan harus memenuhi standar yang tinggi untuk memastikan daya tahan dan keamanan. Kaca yang digunakan harus memiliki ketahanan terhadap benturan dan kualitas refleksi yang optimal, sementara foam harus cukup kuat untuk melindungi kaca dan memberikan kenyamanan saat digunakan. Dari segi estetika, Aphrodite Mirror menawarkan fleksibilitas desain yang menarik, dengan berbagai pilihan warna dan bentuk. Hal ini memungkinkan konsumen untuk menyesuaikan produk sesuai dengan gaya interior mereka, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai cermin tetapi juga sebagai elemen dekoratif yang menambah nilai estetika ruang.
3. **Strategi Pemasaran (Promosi, Online dan Offline)**, Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperkenalkan Aphrodite Mirror kepada konsumen. Dalam hal promosi, penggunaan media sosial dan kampanye digital dapat meningkatkan visibilitas produk, dengan konten visual yang menarik untuk menunjukkan keunggulan dan keindahan Aphrodite Mirror. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau desainer interior dapat memberikan kredibilitas dan menarik minat konsumen. Pemasaran offline juga tidak kalah penting; partisipasi dalam pameran desain interior atau acara komunitas dapat membantu memperkenalkan produk secara langsung kepada masyarakat. Dengan menggabungkan strategi pemasaran online dan offline, usaha ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan peluang penjualan (Syahputra, 2019).
4. **Tantangan dalam Produksi dan Distribusi**, Tantangan dalam produksi dan distribusi Aphrodite Mirror meliputi pengendalian kualitas, efisiensi produksi, dan logistik. Dalam proses produksi, memastikan bahwa setiap produk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan adalah suatu keharusan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu, penggunaan bahan baku yang berkualitas dan proses produksi yang efisien akan berpengaruh pada biaya dan waktu produksi. Di sisi lain, tantangan distribusi termasuk pengiriman produk yang aman dan tepat waktu kepada konsumen. Mengingat sifat produk yang terdiri dari kaca, perlunya perhatian ekstra dalam pengemasan dan pengiriman untuk menghindari kerusakan selama proses distribusi. Mengatasi tantangan-tantangan ini akan menjadi kunci untuk memastikan kesuksesan usaha Aphrodite Mirror di pasar (April *et al.*, 2024).

Metode Penelitian

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu. Untuk produk Aphrodite Mirror, segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan beberapa kriteria:

1. **Demografi**: Ini mencakup usia, jenis kelamin, pendapatan, dan status sosial ekonomi. Produk ini dapat ditargetkan kepada pemilik rumah berusia 25-45 tahun yang memiliki pendapatan menengah ke atas dan mencari solusi dekorasi interior yang aman dan estetis.



2. Psikografi: Segmentasi ini berdasarkan gaya hidup, nilai, dan preferensi. Konsumen yang peduli akan keamanan, memiliki anak kecil, atau hewan peliharaan akan lebih tertarik pada produk yang menawarkan perlindungan tambahan, seperti Aphrodite Mirror.
3. Geografi: Pasar dapat dibagi berdasarkan lokasi geografis. Urbanisasi yang meningkat di kota-kota besar dapat menjadi target utama, di mana desain interior yang modern dan aman sangat dibutuhkan.
4. Perilaku: Segmentasi perilaku mencakup pola pembelian dan penggunaan. Konsumen yang sering melakukan renovasi rumah atau mencari produk baru untuk dekorasi akan menjadi segmen yang menjanjikan untuk ditargetkan.

b. Penentuan Posisi Produk

Penentuan posisi produk adalah strategi untuk mengidentifikasi bagaimana produk akan dipersepsikan oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk Aphrodite Mirror, posisi produk dapat ditentukan dengan menekankan keunggulan-keunggulan berikut:

1. Keamanan dan Perlindungan: Memposisikan Aphrodite Mirror sebagai pilihan yang lebih aman dibandingkan dengan kaca tradisional, berkat bingkai foam yang melindungi dari risiko pecah.
2. Desain yang Menarik dan Fleksibel: Menyampaikan bahwa produk ini tidak hanya fungsional tetapi juga estetis, dengan banyak pilihan desain yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen.
3. Kemudahan Pemasangan dan Mobilitas: Menekankan kemudahan dalam pemasangan dan pemindahan produk, yang membuatnya ideal untuk berbagai kebutuhan konsumen.

Dengan posisi ini, Aphrodite Mirror dapat menarik perhatian segmen pasar yang mengutamakan estetika dan keamanan dalam pilihan dekorasi interior mereka.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran untuk Aphrodite Mirror harus mencakup pendekatan yang beragam untuk menarik perhatian konsumen. Beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Pemasaran Digital: Memanfaatkan media sosial, website, dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk. Konten visual yang menarik dapat digunakan untuk menunjukkan keindahan dan fungsionalitas produk.
2. Kolaborasi dengan Desainer Interior: Menjalin kemitraan dengan desainer interior untuk menciptakan proyek yang menggunakan Aphrodite Mirror, sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan menarik perhatian konsumen.
3. Event dan Pameran: Mengikuti pameran desain interior untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada calon pelanggan dan mendapatkan umpan balik.
4. Program Loyalitas: Membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui program loyalitas atau diskon untuk pembelian berulang, sehingga meningkatkan retensi pelanggan.

d. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah cara untuk meningkatkan penjualan dalam jangka pendek. Untuk Aphrodite Mirror, beberapa taktik promosi yang dapat diterapkan meliputi:



1. Diskon Peluncuran: Menawarkan diskon khusus pada saat peluncuran produk untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan awal.
2. Bundling Produk: Menawarkan paket bundling dengan produk lain yang terkait, seperti aksesoris dekorasi interior, untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen.
3. Kegiatan Demo Produk: Mengadakan sesi demonstrasi produk di toko atau acara pameran untuk menunjukkan keunggulan dan kemudahan pemasangan Aphrodite Mirror.
4. Kontes dan Giveaway: Mengadakan kontes di media sosial untuk meningkatkan keterlibatan dan menarik perhatian lebih banyak konsumen.

e. Evaluasi dan Analisis Kerja

Evaluasi dan analisis kerja diperlukan untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran dan penjualan yang telah diterapkan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:

1. Pengukuran Kinerja Penjualan: Memantau data penjualan secara berkala untuk melihat tren dan pola dalam pembelian konsumen. Ini dapat membantu dalam menilai apakah strategi pemasaran yang diterapkan berhasil.
2. Umpan Balik Pelanggan: Mengumpulkan umpan balik dari konsumen mengenai produk dan pengalaman mereka. Survei kepuasan pelanggan dapat memberikan informasi berharga untuk perbaikan produk dan layanan.
3. Analisis Kompetisi: Memantau pesaing untuk memahami bagaimana Aphrodite Mirror dibandingkan dengan produk sejenis di pasar. Ini dapat membantu dalam mengidentifikasi area untuk perbaikan dan peluang baru.
4. Penyesuaian Strategi: Berdasarkan hasil evaluasi, lakukan penyesuaian terhadap strategi pemasaran dan penjualan untuk meningkatkan efektivitas dan respons terhadap kebutuhan pasar.

Dengan melakukan evaluasi dan analisis secara berkala, usaha Aphrodite Mirror dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen dan dinamika pasar.

Hasil dan Pembahasan



Logo Produk

Produk 1

Produk 2

Dalam bagian ini, akan dibahas secara detail mengenai rumusan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, yaitu tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, karakteristik dan keunggulan produk Aphrodite Mirror, target pasar potensial, strategi pemasaran yang efektif, serta rencana operasional dalam produksi dan distribusi.



1. Kebutuhan dan Preferensi Konsumen

Konsumen saat ini semakin memperhatikan aspek keamanan, estetika, dan fungsionalitas dalam memilih produk dekorasi interior. Kebutuhan akan produk yang tidak hanya indah tetapi juga aman menjadi salah satu prioritas utama, terutama bagi mereka yang memiliki anak kecil atau hewan peliharaan. Dari hasil survei dan analisis perilaku konsumen, diketahui bahwa banyak konsumen yang menginginkan alternatif kaca yang lebih ringan, tahan lama, dan mudah dipasang. Aphrodite Mirror menjawab kebutuhan ini dengan menawarkan bingkai foam yang melindungi kaca dari pecah, serta memberikan kemudahan dalam pemasangan. Selain itu, preferensi terhadap desain yang dapat disesuaikan juga semakin meningkat, di mana konsumen mencari produk yang dapat mencerminkan gaya pribadi mereka.

2. Karakteristik dan Keunggulan Aphrodite Mirror

Aphrodite Mirror memiliki beberapa karakteristik dan keunggulan yang membedakannya dari produk kaca tradisional. Pertama, produk ini lebih ringan, sehingga lebih mudah dalam hal pemasangan dan pemindahan. Kedua, bingkai foam yang digunakan memberikan perlindungan tambahan, mengurangi risiko cedera akibat pecahnya kaca, dan memungkinkan penggunaan di lingkungan yang lebih berisiko. Ketiga, Aphrodite Mirror menawarkan variasi desain yang lebih fleksibel, termasuk berbagai warna dan bentuk, sehingga dapat menarik berbagai segmen konsumen. Selain itu, produk ini dirancang untuk memiliki daya tahan yang baik terhadap benturan, sehingga menjadikannya pilihan yang ideal bagi konsumen yang mencari kombinasi antara estetika dan keamanan.

3. Target Pasar Potensial

Target pasar untuk Aphrodite Mirror mencakup beberapa segmen utama. Pertama, pemilik rumah yang berusia 25-45 tahun yang mencari solusi dekorasi interior yang aman dan menarik. Mereka cenderung memiliki pendapatan menengah ke atas dan peduli terhadap estetika ruang. Kedua, desainer interior yang mencari produk inovatif untuk proyek mereka dapat menjadi mitra strategis dalam mempromosikan Aphrodite Mirror. Ketiga, pelaku industri hospitality, seperti hotel dan restoran, yang membutuhkan elemen dekoratif yang aman dan menarik untuk menciptakan suasana yang nyaman bagi tamu mereka. Segmentasi pasar yang jelas ini memungkinkan usaha untuk fokus pada strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

4. Strategi Pemasaran yang Efektif

Strategi pemasaran untuk Aphrodite Mirror harus mencakup pendekatan yang beragam untuk menjangkau konsumen secara optimal. Pemasaran digital menjadi salah satu fokus utama, dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperkenalkan produk. Konten visual yang menarik, termasuk foto produk yang stylish dan video demonstrasi, dapat meningkatkan minat konsumen. Selain itu, kolaborasi dengan desainer interior dan influencer dapat memberikan kredibilitas tambahan dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Kegiatan offline seperti pameran dan demo produk juga penting untuk memberikan pengalaman langsung kepada konsumen, sehingga mereka dapat melihat dan merasakan kualitas produk. Dengan menggabungkan strategi pemasaran online dan offline, usaha Aphrodite Mirror dapat menciptakan kesadaran merek yang kuat dan meningkatkan penjualan.

5. Rencana Operasional dalam Produksi dan Distribusi



Rencana operasional dalam produksi Aphrodite Mirror harus memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Proses produksi harus dirancang untuk efisiensi, dengan mempertimbangkan pengendalian kualitas yang ketat pada setiap tahap. Sumber bahan baku yang handal dan berkualitas sangat penting untuk menjaga kualitas produk akhir. Dalam hal distribusi, saluran yang tepat perlu ditentukan untuk menjangkau konsumen dengan efisien. Pengiriman produk harus dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kerusakan, mengingat sifat kaca yang rentan. Selain itu, membangun kemitraan dengan distributor lokal dan platform e-commerce dapat membantu memperluas jangkauan pasar. Evaluasi kinerja produksi dan distribusi secara berkala juga diperlukan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, sehingga usaha dapat terus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar.

6. Laporan Keuangan

Tabel. 1 Perhitungan Modal

Komponen	Jumlah Unit	Harga per Unit (Rp.)	Total (Rp.)
Kaca	100	Rp. 150.000	Rp. 15.000.000
Spray Foam	100	Rp. 50.000	Rp. 5.000.000
Manik Manik	1000	Rp. 500	Rp. 500.000
Cat Akrilik	50	Rp. 40.000	Rp. 2.000.000
Total Modal Awal			Rp. 22.500.000

Tabel. 2 Perhitungan HPP

Komponen	Jumlah Unit	Harga per Unit (Rp.)	Total (Rp.)
Kaca	100	Rp. 150.000	Rp. 15.000.000
Spray Foam	100	Rp. 50.000	Rp. 5.000.000
Manik Manik	1000	Rp. 500	Rp. 500.000
Cat Akrilik	50	Rp. 40.000	Rp. 2.000.000
Total HPP			Rp. 22.500.000
HPP Satuan			Rp. 225.000
Harga Jual			Rp. 350.000

Tabel. 3 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp.)
Pendapatan Penjualan	
Penjualan (100 Unit x 350.000)	Rp. 35.000.000
Total Pendapatan	Rp. 35.000.000
Harga Pokok Penjualan	
HPP (100 Unit x 225.000)	Rp. 22.500.000
Total HPP	Rp. 22.500.000
Laba Kotor	
Laba Kotor Total – Total HPP	Rp. 12.500.000
Biaya Oprasional	



Biaya Pemasara	Rp. 2.000.000
Biaya Sewa Tempat	Rp. 1.500.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 3.000.000
Biaya Lain Lain	Rp. 500.000
Laba Bersih Sebelum Pajak	
Laba Kotor – Biaya Operasional	Rp. 5.500.000
Pajak Penghasilan (10%)	Rp. 550.000
Laba Bersih Setelah Pajak	
Laba Bersih Sebelum Pajak - Pajak	Rp. 4.950.000

a) *BEP Per Unit*

$$BEP \text{ Per Unite} = \frac{5.000.000}{350.000 - 225.000} = \frac{5.000.000}{125.000} = 40 \text{ Unit}$$

b) *BEP Omset*

$$BEP \text{ omset} = 40 \text{ unit} \times 350.000 = 14.000.000$$

Kesimpulan

Dalam penelitian usaha Aphrodite Mirror ini, telah diidentifikasi bahwa produk inovatif yang menggabungkan kaca dengan bingkai foam menawarkan solusi dekorasi interior yang aman, estetik, dan fungsional. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin mengutamakan aspek keamanan serta desain yang menarik, Aphrodite Mirror memiliki potensi pasar yang besar, terutama di kalangan pemilik rumah, desainer interior, dan pelaku industri kreatif. Strategi pemasaran yang efektif, yang menggabungkan pendekatan digital dan offline, serta rencana operasional yang memastikan kualitas produk dan distribusi yang efisien, menjadi kunci kesuksesan dalam memperkenalkan dan menjual produk ini. Dengan evaluasi dan adaptasi yang berkelanjutan, usaha ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri desain interior di Indonesia dan mencapai tujuan finansial yang diinginkan.

Daftar Pustaka

- April, V.N. *et al.* (2024) ‘Tantangan Pengembangan Jaringan Pasokan Global Bagi 1 . Teori Rantai Pasokan (Supply Chain Theory): hingga akhir , termasuk pengadaan , produksi , penyimpanan , distribusi , dan pengiriman’, 2(2), pp. 227–232.
- Fadhli, K., Dwi Aprilia, E. and Angga Putra, I. (2021) ‘Pengaruh Ekuitas Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Minyak Goreng Pada Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), pp. 96–104. Available at: <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19038>.
- Hilary, D. and Wibowo, I. (2021) ‘Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti’, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). Available at: <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>.
- Syahputra, R. (2019) ‘Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan’, *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), pp. 83–88. Available at: <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>.