

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Jika Anda ingin lebih banyak orang tahu tentang bisnis Anda dan membeli layanan atau produk Anda, Anda memerlukan rencana pemasaran.

Memahami proses pemasaran juga dapat dianggap sebagai rangkaian upaya organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, karena jumlah orang yang mengetahui ide membatasi potensinya untuk dijual. Nilai bisnis atau nirlaba dapat ditentukan dengan menggunakan strategi promosi yang memperhitungkan biaya tenaga kerja dan barang yang diproduksi. Harga barang dan jasa ditentukan oleh tiga faktor

- a. Pemasaran
- b. Konsumsi
- c. Produksi

2. Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli

Dalam model ini, pemasaran berfungsi sebagai perantara antara manufaktur dan penggunaan akhir. Berikut adalah beberapa definisi strategi pemasaran dan strategi pemasaran yang diberikan oleh pakar industri

- a. Armstrong dan Kotler

Strategi pemasaran, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong 2008, adalah rencana bisnis untuk menghasilkan nilai dan keuntungan melalui interaksinya dengan pelanggan.

b. Kurtz

Kurtz menyatakan bahwa strategi pemasaran perusahaan adalah rencana komprehensif untuk mengidentifikasi pasar sasaran dan memenuhi kebutuhan pelanggan melalui integrasi strategis komponen bauran pemasaran produk, distribusi, promosi, dan harga.¹

3. Macam-Macam Strategi Pemasaran

a. Promosi Penyebab Bermanfaat

Penayang online sekarang memiliki cara untuk mendapatkan uang dari konten mereka berkat model bayar per klik PPC. Biayanya jauh lebih masuk akal jika dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Iklan online berbayar juga berpotensi memperluas audiens.

Namun, jika Anda menerapkannya untuk alasan yang baik di perusahaan Anda, Anda tidak perlu membangun banyak koneksi untuk berhasil. Anda dapat mempromosikan barang Anda dan kemudian

¹Jaidan Jauhari, Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Memanfaatkan *E-Commerce* (Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, 2009). hal.8

mengatakan bahwa perusahaan lokal diberi perlakuan istimewa dengan menawarkan diskon pada harga penuh. Mereka yang membeli barang Anda lebih cenderung peduli dengan masalah keadilan sosial itu sendiri.

b. Promosi Terselubung

Tidak seperti pemasaran terbuka, pemasaran terselubung termasuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk ketika mereka tidak tahu bahwa mereka adalah fokus dari sebuah iklan. Namun, biaya promosi semacam ini tidak sedikit.

Membuat orang terkenal untuk mendukung suatu produk adalah salah satu aplikasi pemasaran terselubung yang paling umum. Yang kami maksud dengan validasi sosial adalah saat karyawan perusahaan atau bisnis menulis ulasan positif tentang produk perusahaan dan menerbitkannya di situs web eksternal.

c. Nasihat Dari Kerabat dan Teman Dekat

Meskipun praktik menyebarkan informasi dari mulut ke mulut telah ada selama beberapa waktu, namun tetap efektif seperti sebelumnya. Hanya metode lain, seperti media sosial, yang digunakan. Iklan semacam itu tergantung pada pandangan individu yang belum menggunakan produk yang dipromosikan.

Lagi pula, bisnis apa yang tidak ingin merek mereka menjangkau audiens yang lebih luas? Keberhasilan strategi ini dalam menjangkau khalayak baru bergantung pada promosi dari mulut ke mulut. Anda mungkin berhasil dengan strategi ini jika produk atau layanan Anda sesuai dengan kebutuhan mereka.

d. Publisitas untuk Situs Web

Covid-19 dapat dikreditkan karena mempercepat adopsi strategi pemasaran online oleh bisnis dari semua ukuran. Industri bersaing lebih dari sebelumnya untuk memanfaatkan kegemaran pelanggan yang semakin meningkat untuk waktu layar.

Pemasaran bayar per klik, yang merupakan bagian darinya, dibahas secara luas dalam pendahuluan. Penggunaan media sosial yang meluas adalah pilihan lain untuk menyebarkan berita tentang bisnis Anda. Ada dua pendekatan untuk beriklan di media sosial penempatan organik dan berbayar.

e. Iklan Yang Membuat Anda Mengambil Tindakan

Karena fokusnya adalah membuat penjualan, tim penjualan adalah pelaksana khas dari strategi pemasaran ini. Tujuan dari pemasaran transaksional

adalah, tidak mengherankan, untuk meningkatkan volume transaksi.

Pemasaran transaksional memanfaatkan empat pilar strategi pemasaran produk, harga, penempatan, dan promosi. Jenis pemasaran ini lebih efektif dalam jangka pendek karena memungkinkan perusahaan melakukan penjualan langsung ke pelanggan.

f. Fasilitasi Inklusi

Last but not least, kami memiliki pemasaran keragaman, atau praktik mengiklankan produk ke berbagai pembeli. Pemasaran keragaman dapat mengambil banyak bentuk dan ukuran untuk mengakomodasi berbagai konsumen. Perusahaan yang memiliki kehadiran di seluruh dunia lebih cenderung menggunakan strategi pemasaran keragaman ini.

4. Fungsi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran melayani berbagai tujuan, termasuk namun tidak terbatas pada

- a. Ke depan mungkin bisa menjadi pendorong inspirasi.
- b. Peningkatan sinergi dalam periklanan
- c. Tetapkan Tujuan Organisasi
- d. Administrasi Proses Pemasaran

- e. Membuat panggilan di masa depan perusahaan. Jika tim pemasaran dapat bekerja sama dengan lebih efektif, mereka akan lebih mudah mencapai tujuannya.
- f. Berikan inspirasi kepada karyawan Anda dengan memberi mereka gambaran sekilas tentang masa depan bisnis. Sebagai bagian dari strategi pemasaran yang efektif, pemilik bisnis harus membuat tebakan tentang perilaku konsumen dan kebiasaan belanja di masa depan.
- g. Sebagai standar yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja setiap pekerja. Menggunakan kriteria penilaian ini secara alami akan mengarah pada peningkatan kontrol kualitas dan penyelesaian pekerjaan.
- h. Untuk mencapai tujuan komersial apa pun, baik jangka pendek maupun jangka panjang

5. Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan dari strategi pemasaran sama pentingnya dengan mengetahui bagaimana menerapkannya.

- a. Saat mengembangkan strategi, bisnis mempertimbangkan berbagai tujuan, termasuk sebagai
- b. Tingkat kepuasan metrik ini memberikan indikator yang baik untuk keseluruhan kinerja kampanye pemasaran.
- c. Membantu kelompok pemasaran bekerja sama lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka.

- d. Pastikan bisnis Anda dapat beradaptasi dengan cepat dengan keadaan baru.
- e. Proses berpikir yang mendasari keputusan perusahaan.

6. Penerapan Strategi Pemasaran

- a. Menggunakan media sosial dan menerapkan penggunaan teknologi.

Mengingat meluasnya penggunaan media sosial, ini berfungsi sebagai platform periklanan yang sangat baik. Penggunaan media sosial dalam hubungannya dengan pemasaran online dapat membantu bisnis menjangkau audiens yang besar. Bisnis berpotensi menjangkau lebih banyak pelanggan dengan menggunakan media sosial untuk mengiklankan barang mereka. Salah satu cara promosi di antara sekian banyak adalah dengan menggunakan media sosial. Beberapa penggunaan praktis dari teknik pemasaran adalah sebagai berikut

- 1) Distribusi produk gratis

Salah satu bentuk promosi adalah pembagian barang gratis. Strategi ini dianggap sebagai alternatif untuk pemasaran media sosial karena alasan yang sama dengan barang gratisan yang biasanya menarik perhatian tidak ada biaya. Alasan kuat lainnya untuk menggunakan strategi ini adalah keengganan

pelanggan untuk membeli produk yang belum pernah mereka alami.

- 2) Anda dapat menggunakan strategi ini dengan memberikan sampel gratis selama acara tatap muka.

Sebaliknya, bisnis yang menyediakan layanan atau konten digital harus memberikan uji coba gratis untuk menarik minat calon konsumen. Aplikasi perangkat lunak sebagai layanan SaaS menjadi populer, dan perangkat lunak akuntansi online seperti Jurnal By Mekari adalah contohnya. Perangkat lunak Akuntansi ini tersedia untuk Anda coba sebelum Anda membelinya. Ini memiliki banyak fungsi yang berguna, termasuk sistem penagihan yang mudah digunakan dan laporan keuangan lengkap.

- 3) Tempatkan barang dagangan Anda di mana banyak orang akan melihatnya.

Selanjutnya, dan tentunya tidak kalah pentingnya, adalah memutuskan ke mana harus memfokuskan energi periklanan Anda.

Produk akan dapat bersinar di lingkungan yang tepat, yang akan meningkatkan eksposur mereka dan mungkin menghasilkan lebih banyak

penjualan. Lokasi strategis yang sempurna akan memungkinkan seseorang mencapai tujuannya sambil tetap mudah diakses.

B. Analisis SWOT



1. Pengertian Analisis SWOT

Positif, Negatif, dan Keadaan Berbahaya Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Analisis SWOT adalah teknik di mana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama perusahaan dikompilasi menggunakan bilah kisi sederhana.

Strategi pemasaran sabun wangi kopi herbal organik kami dirancang dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat untuk

mengevaluasi keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman perusahaan. Dengan menggunakan Matriks SWOT, Anda dapat membandingkan dan membedakan empat pendekatan berbeda untuk ekspansi perusahaan.

- a. SO Menggunakan kekuatan perusahaan sebagai batu loncatan, Strategi Kekuatan-Peluang berupaya memanfaatkan pembukaan pasar.
- b. WO Tujuan dari Analisis Kelemahan-Peluang adalah untuk membantu perusahaan memaksimalkan kemungkinan eksternal sambil mengurangi efek kelemahan internal.
- c. ST Untuk melawan atau mengurangi dampak hambatan eksternal, perusahaan mengembangkan strategi berdasarkan kekuatan dan kekurangannya.
- d. WT Untuk bertahan hidup, Anda dapat menggunakan Strategi Kelemahan-Ancaman, yang memerlukan penguatan pertahanan internal Anda sekaligus mengambil langkah-langkah untuk melindungi diri Anda dari ancaman eksternal.²

2. Pengertian Analisis SWOT Menurut Para Ahli

Para ahli telah menawarkan definisi berikut

- 1) Seperti yang dinyatakan oleh Freddy, analisis SWOT adalah kerangka kerja analitis yang berpotensi

²Ahmad Ramadhan, Fivi Rahmatus Sofiyah, Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (studi *McDonalds Ring Road*) Staf Pengajar Departemen Manajemen FE USU, (Rangkuti, 2009). hal.4

memaksimalkan Kekuatan dan Peluang sekaligus mengurangi Kelemahan dan Ancaman³.

- 2) Galavan (2014) mendefinisikan analisis SWOT sebagai analisis untuk memperoleh strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan dalam menanggapi kondisi pasar dan masyarakat pada saat itu. Peluang dan ancaman digunakan untuk menentukan lingkungan eksternal, dan kekuatan dan kelemahan diperoleh melalui analisis di dalam perusahaan atau secara internal.
- 3) Setelah membaca penjelasan di atas, Anda akan memiliki pemahaman yang baik tentang apa itu analisis SWOT dan bagaimana analisis tersebut dapat digunakan untuk memeriksa masalah yang dihadapi bisnis atau proyek Anda. SWOT adalah singkatan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dan melibatkan analisis bagaimana keempat faktor ini berinteraksi satu sama lain.

3. Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT sesederhana mungkin di dunia analisis. Melakukan analisis SWOT pada organisasi akan membantu Anda lebih memahami kelebihan, kekurangan, peluang potensial, dan potensi ancamannya. Wawasan tentang bagaimana membentengi keuntungan, mempertahankan akses ke peluang yang menguntungkan,

³ Rangkuti, Freddy. 2013. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2012.

mengurangi dampak kerugian, dan melindungi dari ancaman dapat diperoleh dari penelitian ini.

Saat melakukan analisis strategis, analisis SWOT juga merupakan teknik yang berguna. Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan karena memungkinkan mereka untuk memitigasi risiko dan memperkuat area kelemahan. Berikut ini adalah beberapa manfaat umum melakukan analisis SWOT

- 1) Sebagai hasil dari introspeksi ini, tim memiliki beberapa ide untuk mengembangkan kekuatannya saat ini.
- 2) Peluang dapat dilihat dan dipertahankan oleh bisnis.
- 3) Perusahaan menyadari kekurangannya dan melakukan upaya bersama untuk memperbaikinya.
- 4) Perusahaan waspada terhadap potensi ancaman dan bekerja untuk memitigasinya.

C. Sabun Organik Herbal Aroma Kopi

1. Vitamin yang terkandung dalam biji kopi

Siapa yang tidak suka secangkir kopi yang enak? minuman yang populer dan dihormati di seluruh dunia. Minuman ini mungkin bisa menjadi pengganti kopi yang baik bagi mereka yang ingin begadang atau yang memiliki pekerjaan malam, seperti patroli, bekerja shift malam, atau terburu-buru untuk memenuhi tenggat waktu skripsi.

Kacang yang digunakan untuk membuat kopi yang kita semua suka dapat ditemukan di tanaman kopi. Dalam konteks ini, kami menggunakan kopi sangrai atau panggang dan bubuk yang telah direduksi menjadi bubuk halus. Kami akan menggabungkan bubuk ini dengan air panas dan meminumnya. Tidak hanya minuman kopi yang nikmat, tetapi juga memiliki reputasi untuk meningkatkan penampilan seseorang.

Anda bisa mendapatkan berbagai macam produk dan resep perawatan kulit berbahan dasar kopi di web, di buku, dan dari teman dan keluarga. Mendukung pernyataan ini adalah banyak zat bermanfaat yang ditemukan dalam kopi, termasuk kafein, asam buah, potasium, besi, magnesium, alkolid lemak, dan asam organik. Kami akan memiliki akses mudah ke banyak produk kecantikan berbahan dasar kopi, seperti lulur, lulur, sabun, dan lainnya. Artikel ini akan berfokus pada salah satu produk tersebut, sabun kopi, dan manfaat potensial yang mungkin diberikannya dalam hal kulit yang lebih sehat dan menarik.

Sabun kopi mengacu pada sabun yang sebagian besar dibuat dari kopi. Minyak seperti minyak sawit, minyak kelapa, dan minyak zaitun digabungkan dengan bubuk kopi untuk membuat sabun dengan kekuatan penyembuhan. Asam laurat dan vitamin A dan E dalam

minyak sawit menjadikannya bahan yang bagus untuk sabun kopi, menurut penelitian.

Secara khusus, ini membantu pembaharuan sel dan anti-oksidasi, yang keduanya mengurangi efek negatif dari polutan lingkungan dan paparan sinar matahari pada kulit. Sabun kopi sering kali mengandung minyak kelapa sebagai bahannya. Karena kemampuannya menjaga kelembapan dan elastisitas alami kulit, minyak ini telah digunakan dalam rangkaian perawatan kulit selama berabad-abad.⁴

Minyak zaitun yang digunakan dalam banyak produk kecantikan juga bermanfaat untuk keperluan lain. Konsentrasi antioksidan kuat minyak zaitun membuat banyak orang percaya bahwa minyak zaitun dapat memperlambat munculnya penuaan kulit. Karakteristik anti-peradangan minyak zaitun menunjukkan bahwa minyak zaitun dapat bertindak sebagai penghalang untuk mencegah kerusakan kulit dari agresor lingkungan.

Seperti yang bisa ditebak dari namanya, kopi adalah bahan utama dalam sabun kopi organik herbal aroma kopi. Sebagian besar produsen sabun kopi akan memasukkan bahan-bahan bergizi ekstra seperti minyak kelapa atau minyak zaitun. Tidak ada atau sangat sedikit bahan kimia

⁴Ahmad Ramadhan, Fivi Rahmatus Sofiyah, Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (studi *McDonalds Ring Road*) Staf Pengajar Departemen Manajemen FE USU, (Rangkuti, 2009). hal.4

sintetik dalam sabun yang dibuat dari bahan organik. Setidaknya 70% bahan produk harus alami agar dapat diberi label organik.

Sabun herbal organik beraroma kopi ini memiliki khasiat bermanfaat yang membantu kulit mempertahankan kelembapan dan tampak bercahaya. Selain efek stimulasinya, susunan kimiawi kopi mencakup bahan-bahan yang mempromosikan kulit bercahaya, seperti asam buah dan asam organik, lipid, alkaloid, mineral, potasium, magnesium, dan zat besi.

Jumlah kafein dalam bubuk kopi berkisar antara 1,5% hingga 2%. Kafein, molekul kimia alkaloid, memiliki efek menguntungkan pada kulit karena mencegah penumpukan bakteri penyebab bau, menutrisi kulit, dan menenangkan kulit yang meradang. Guna mengefisienkan proses pembuatan sabun dari ampas kopi. Sabun adalah logam alkali karena merupakan asam monokarboksilat rantai panjang. Lemak, pH, air, dan retakan pada sabun kopi diselidiki oleh tim.⁵

Kami menyelidiki efek pada sabun kopi akhir dengan meningkatkan waktu pembuatan dari 3,5 menjadi 7 hari dan mengurangi waktu pencampuran dari 15 menjadi 2,5 menit. Tahap pertama adalah mencampurkan minyak zaitun, minyak kelapa, dan bubuk kopi langkah kedua

⁵Mia Lasmi Wardiyah, *Analisi Laporan Keuangan*, CV Pusaka Setia

adalah menambahkan larutan NaOH langkah ketiga adalah menambahkan wewangian dan langkah keempat adalah mencetak. Setelah dibingkai selama 3, 5, dan 7 hari, kopi sabun didiamkan selama dua bulan. Sabun kopi kemudian diuji kadar air, pH, dan kadar lemaknya. Menurut penelitian, kadar air dalam sabun kopi berkisar antara 20,70% hingga 35,52%. Sabun kopi memiliki kandungan lipid 0,41% hingga 0,57% dan pH 10,29% hingga 11,40%. Sabun kopi dengan retakan mendapat skor antara 0 (tidak retak) dan 2 (retak sedang). Sebaliknya, hasil tes penciuman warna berkisar antara 2,90 hingga 4,30. Tes penciuman mengungkapkan bahwa sabun kopi memiliki kisaran kelembutan dari skala 2,55 hingga kekerasan 4,20. Pada skala organoleptik, intensitas busa sabun kopi berkisar antara 2,85 (sangat berbusa) hingga 4,10 (sangat berbusa). Daftar lengkap bahan-bahan yang disukai kulit dalam sabun kopi meliputi

- 1) Mengangkat sel-sel kulit yang sudah mati Sel-sel kulit kita memiliki siklus kehidupan layaknya manusia. Pada siklus tertentu ia akan mati dan digantikan oleh sel kulit yang baru.
- 2) Menghilangkan flek-flek hitam, noda, dan bekas jerawat di wajah Memiliki wajah yang bersih dan bebas dari segala noda dan flek adalah dambaan setiap orang terutama kaum wanita.

- 3) Mengatasi iritasi dan peradangan pada kulit Sabun kopi juga sangat baik untuk mengatasi berbagai jenis iritasi dan peradangan pada kulit yang ditandai dengan gatal-gatal, kemerahan pada kulit, kulit terasa perih.
- 4) Membantu menghilangkan bau badan Aroma kopi terkenal sangat khas dan harum. Tidak hanya pada minumannya saja, berbagai produk kecantikan yang berbahan dasar kopi juga memiliki aroma harum yang sama.
- 5) Membuat kulit lebih sehat, cerah, lembab, dan halus Membantu menghilangkan kantung mata atau mata panda Kantung mata pada area wajah merupakan sesuatu yang cukup merusak penampilan.
- 6) Mengurangi selulit dan stretchmark Sabun kopi juga sangat ampuh menanggulangi selulit dan stretchmark yang sangat mengganggu penampilan.
- 7) Melindungi kulit dari UVA dan UVB Sinar matahari merupakan sumber energi yang sangat dibutuhkan oleh makhluk hidup.

Minyak alami telah digunakan lebih dari sekadar memasak, berkontribusi pada popularitasnya di bidang perawatan pribadi. Terlepas dari kepercayaan umum bahwa minyak tidak sehat dan mendorong perkembangan penyakit serius, minyak kelapa memiliki kualitas yang luar biasa, termasuk ini. Karena berbagai manfaatnya, minyak kelapa

banyak digunakan di sektor rambut dan kosmetik. Minyak kelapa telah terbukti meningkatkan kemampuan sistem kekebalan tubuh untuk melawan infeksi yang disebabkan oleh bakteri dan virus. Minyak kelapa dapat membantu pengaturan gula darah dan memiliki potensi efek positif pada hormon tiroid. Konsumen minyak kelapa dapat memperoleh manfaat dari penurunan kadar gula darah karena potensi minyak untuk meningkatkan sensitivitas insulin. Meningkatkan laju metabolisme tubuh dengan minyak kelapa dapat bermanfaat bagi tiroid. Yang benar adalah minyak kelapa menawarkan beberapa manfaat kosmetik dan kesehatan bagi manusia.

- a. Nama Sabun Organik Herbal Aroma Kopi
- b. Bahan baku Biji Kopi
- c. Keunggulan Produk Sabun Organik Herbal.

Sabun Organik Herbal Aroma Kopi merupakan produk kecantikan yang bahan utamanya adalah biji kopi. Banyak manfaat untuk kulit dan tubuh, termasuk menjaga kekenyalan kulit dan menyejukkan kulit sensitif, dapat ditemukan dalam sabun herbal organik dengan aroma kopi ini. Item ini diproduksi agar pembeli yang teliti seperti Anda memiliki akses ke pilihan kosmetik yang alami dan bebas dari kekejaman.

D. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Apa yang sering disebut sebagai ekonomi Islam adalah studi tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan pada ekonomi. Baik ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam diteliti, dengan ekonomi konvensional berkonsentrasi pada bagaimana individu membuat pilihan dan ekonomi Islam melihat bagaimana orang memandang dan menilai masalah ekonomi. menekankan ekonomi dan solusi yang mungkin. Dengan kata lain, ekonomi Islam berbeda dari ekonomi konvensional baik dalam metode pemecahan masalah maupun evaluasi kesulitan ekonomi. Dalam ekonomi Islam, Homo islamicus, pelaku ekonomi manusia dengan tujuan masalah atau falah, adalah figur sentralnya.

Sesuai dengan prinsip pemasaran syariah, agar suatu produk atau jasa berhasil di pasar, maka harus diawasi oleh para profesional yang berilmu. Menempatkan diri Anda melawan yang terbaik dalam profesi Anda adalah metode yang bagus untuk memotivasi diri Anda untuk berkembang. Hasil dari upaya pemasaran. Pesaing perusahaan mungkin memberikan wawasan yang berguna di sini. adalah agar pemasar menemukan cara baru untuk mempromosikan produk atau layanan.

Ini adalah perbedaan utama antara pemasaran perusahaan korporat dan pemasaran bisnis berbasis syariah, yang terakhir berusaha untuk memuaskan Allah SWT dan

menawarkan klien dan pemangku kepentingan lainnya pemenuhan material dan spiritual. Memasukkan prinsip-prinsip syariah ke dalam pemasaran bisnis menunjukkan bahwa organisasi peduli terhadap kesejahteraan para pemangku kepentingannya pada tingkat material dan spiritual dan berupaya mencapainya melalui penerapan prinsip-prinsip etika atau dasar nilai-nilai etika Islam.

Sebagai umat Islam, sudah menjadi kewajiban kita untuk menghindari penipuan. Karena sia-sia berarti melakukan sesuatu yang tidak berguna dan mungkin merusak, itu adalah semacam ketidakjujuran. Jual beli secara tegas dilarang oleh Allah SWT dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 29.

