

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Kasmi, M. (2021). *Pelatihan Manajemen Bisnis Ikan Hias Karang : Upaya Meningkatkan Pendapatan Nelayan di Pulau Barrang Lompo*.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta.
- Al Qardhawi, Yusuf. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terjemah. Jakarta: Gema Insani Press.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Abdi, M. K., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan strategi pemasaran Islam dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa Pandemi Covid-19. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 10(2), 160-178.
- Agustin, Shinta. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Ekowati, L. (2021). Pelatihan Pemasaran Hasil Budidaya Cacing Sutra Pada Komunitas Peternak Ikan Hias Tapos Depok. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 151-156.
- Gunawan, Imam. (2013). *“Metode Penelitian Kualitatif.”* Jakarta: Bumi Aksara.
- Handayani, Tati. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Ebook: Deepublish.
- Hakim, Lukman Nul. (2013). *“Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit.”* Aspirasi 4(2):165–72.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Idri. (2010). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Ebook: Kencana.
- Kasmir. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.

- Khomariah, N. E. (2021). Implementasi Pemasaran Ikan Hias “Sub Betta Brothers” Melalui Social Media Dan *Digital marketing*. *BERNAS: Jurnal Pengabdian*. 2(1), 196–201.
- Moeleong, Lexy J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mangu, B., & Beni, S. (2021). *Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang*. *Sebatik*, 25(1), 27-34.
- Mekarisce A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*. 12 (3):147-150
- Michael Elkan. Tafsir Ibnu Katsir.
<http://www.ibnukatsironline.com/2015/09/tafsir-surat-al-ahzab-ayat-70-71.html#r> . Diakses pada tanggal 24 Desember 2022, pukul 19.35 WIB.
- Mukti, A. T. (2019). Perbedaan Metode Pemeliharaan Ikan Hias Pada Kelompok Pembudidaya Ikan Hias. *Grouper*, 10(April), 11–17.
- Mukti, A. T., Arief, M., Sari, L. A., Dewi, N. N., & Rahayu, A. P. (2019). Perbedaan Metode Pemeliharaan Ikan Hias Pada Kelompok Pembudidaya Ikan Hias Di Desa Karang Sentul, Kecamatan Gondang Wetan, Kabupaten Pasuruan, Propinsi Jawa Timur. *Grouper: Jurnal Ilmiah Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan*, 10(1), 11-17.
- Maleiku, M. Y., & Nurlela, M. (2022). Hasil Laut dan Kehidupan Nelayan Pulau Pura Kabupaten Alor Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Kajian Sosial dan Budaya: Tebar Science*, 6(2), 55-62.
- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Persepektif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2).

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Nazir, Moh. (1988). “*Metode Penelitian.*” Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Naelasari, D. N., Zuhakim, & Syamsussabri, M. (2021). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Hasil Perikanan Di Desa Sigerongan. *Abdonesia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 29–35. <https://unu-ntb.e-journal.id/abdonesia/article/view/114>
- Nugroho, B. D., & Hardjomidjojo, H. (2017). Strategi pengembangan usaha budidaya ikan konsumsi air tawar dan ikan hias air tawar pada kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 127-136.
- Nurimani, Gina Shafira (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58.
- Oktaviandi, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Ikan Pada Kelompok Tani Sugoi’s Kabupaten Sukabumi. *Syntax Idea*, 2(10), 827-836.
- Olson, E. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). Business strategy and the management of digital marketing. *Business horizons*, 64(2), 285-293.
- Purwati, W. (2019). *Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Hias Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Peternak Ikan Hias Di Desa Bendiljati Wetan Sumbergempol Tulungagung)*.
- Rijali, Ahmad. (2019). “Analisis Data Kualitatif (Qualitative Data Analysis).” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* .17.(33): 81.
- Saputra, F., & Efianda, T. R. (2020). Pelatihan Manajemen Pemeliharaan Ikan Cupang Sebagai Ikan Hias Yang Berpotensi Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Marine Kreatif*, 2(1), 44-49.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sihombing. N.S. dkk. (2022). *Pemasaran Digital*. E-Book: Penerbit Widina.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sutojo, Siswanto. (2003). *Manajemen Penjualan Yang Efektif*. Jakarta: PT Dammar Mulia Pustaka.
- Soemarso. (2003). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syaipudin, Latif., dan Idah Awwalin. (2022). "Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1.01.
- Syaipudin, Latif., dan Idah Nurfajriya Awwalin. (2023). "Pengaruh Pengetahuan, Budaya Dan Kelompok Acuan Terhadap Referensi Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah." *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance* 2.1.
- Syaipudin, Latif. (2023). "Contribution Of Young Entrepreneurs In Building The Creative Economy Of Village Communities." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 12.1 (2023): 80-98.
- Tumenggung, M. M., Kismadi, G. C. (2002). *Where the Coffee Flowers Bloom: And Other Stories. Indonesia*: Gramedia Widiasarana Indonesia bekerja sama dengan Coca-Cola Foundation Indonesia dan Yayasan Pustaka Kelana.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tanzeh, Ahmad. (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Ummung, A., Roswiyanti, R., Asgar, M. A., & Massiseng, A. N. A. (2022). *Analysis of Ornamental Fish Marketing before and during the covid-19 pandemic in Balang Baru Village, Makassar City*.

- Urmila Dewi, M.H. *et al.* (2018). *Penerapan Digital marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pelaku UKM di Kabupaten Klungkung. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* . 8(2).
- Wirawan, H. (2022). Strategi Pemasaran Modalitas Radiologi MRI dengan Metode Analisis Segmentasi, Target, dan Posisi di RS Harapan Keluarga Mataram. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 6(2), 105-108.
- Yoesdiarti, A., Masithoh, S., & Lesmana, D. (2017). *Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Hias Di Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor. Jurnal Mina Sains*, 3(2), 35-43.
- Zuhri, A. R., Nawawi, M. K., & Gustiawati, S. (2021). Pengaruh Pemasaran Online terhadap Usaha Ikan Hias Dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada Masa Pandemi Covid-19. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 66–75. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i1.526>
- Zulkarnain. (2019). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.