

Volume : 4, Number : 1 July 2023

**STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KOMUNITAS PEDAGANG MUSLIM
APEM DALAM MENINGKATKAN STABILITAS PENDAPATAN DESA:
PERSPEKTIF MANAJEMEN DAKWAH**

Putri Artika Fitriani
UIN KH Abdurrahman Wahid
Email: putriantariksa112@gmail.com

Abstrak

Pandemi covid-19 menjadi permasalahan global yang memberikan dampak pada berbagai sektor, terutama pada sektor perekonomian. Di Indonesia sendiri mengalami penurunan perekonomian secara drastis sebesar 2,07 persen menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Selama dua tahun Indonesia mengalami pandemi covid-19. Belum mereda sepenuhnya permasalahan lain muncul, yakni permasalahan perang yang terjadi antara Ukraina dan Rusia. Hal ini berakibat sektor pangan dunia mengalami krisis. Secara tidak langsung permasalahan tersebut berdampak pada sektor perdagangan, akan tetapi melalui analisis SWOT hal ini tidak berpengaruh besar pada pedagang apem di wilayah Kesesi. Dikarenakan pedagang apem di daerah Kesesi memiliki strategi dalam mempertahankan kualitas produknya sehingga kestabilan pendapatan tetap terjaga. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif karena penulis dalam mengumpulkan datanya dengan melakukan observasi secara langsung ke Desa Kesesi melalui wawancara terhadap beberapa pedagang apem di Desa Kesesi. Hasil penelitian ini adalah strategi yang digunakan para pedagang apem dalam mempertahankan stabilitas pendapatannya dengan cara menjaga kualitas produk apem tersebut.

Kata kunci: Apem, Analisis SWOT, strategi, Manajemen Dakwah

Abstract

The Covid-19 pandemic has become a global problem that has had an impact on various sectors, especially the economic sector. Indonesia itself experienced a drastic economic decline of 2.07 percent according to the Central Statistics Agency (BPS). For two years Indonesia has experienced the Covid-19 pandemic. Not yet fully resolve other problems that arise, namely the problem of war that occurred between Ukraine and Russia. This resulted in the world food sector experiencing a crisis. Indirectly, this vulnerability has an impact on the trade sector, but through a SWOT analysis this does not have a major impact on apem traders in the Kesesi area. Because apem traders in the Kesesi area have a strategy to maintain the quality of their products so that income stability is maintained. The method used in this research is qualitative research because the writer collected the data by observing directly at Kesesi Village through interviews with several apem traders in Kesesi

Village. The results of this study are the strategies used by apem traders in maintaining the stability of their income by maintaining the quality of the apem products.

Keywords: Apem, SWOT analysis, strategy

PENDAHULUAN

Pada 31 Desember 2019, organisasi kesehatan dunia (WHO) menyatakan terdapat kasus baru di kota Wuhan , china yang kemudian menyebar ke seluruh dunia . Kasus ini merupakan penyebaran virus yang dikenal sebagai virus COVID-19. Kasus ini ditetapkan menjadi darurat kesehatan masyarakat kepedulian international (PHEICH) pada tanggal 30 januari 2020. Kasus ini berdampak pada perekonomian dunia termasuk di indonesia, pandemi ini telah ditetapkan oleh pihak PBB berdampak pada perdagangan, pariwisata, transportasi, kesehatan, dan sektor lainnya.

Penurunan drastis pada perekonomian Indonesia atau deflasi sebesar 2,07 persen menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Covid-19 menjadi pengaruh penurunan perekonomian di Indonesia yang menjadikan beberapa persennya hilang karena penurunan tersebut. Dalam mengatasi permasalahan penurunan perekonomian tersebut, pemerintah Indonesia sudah menjelaskan untuk lebih menstabilkan persentase keseimbangan perekonomian dengan cara adanya bansos (bantuan sosial) seperti bantuan dengan cara Bantuan Langsung Tunai (BLT) yang disetiap daerah sudah dilaksanakan.

Wabah covid-19 ini ternyata menjangar secara global. Jadi, tak hanya di Indonesia namun juga mewabah secara global selama kurang lebih dua tahun yang lalu. Dan hal tersebut menjadikan dampak yang sangat mempengaruhi aspek perekonomian dunia. Tak hanya itu, pandemi covid-19 yang melanda secara global ini juga secara signifikan mempengaruhi pola kehidupan ekonomi masyarakat. Yang dimulai dari pendapatan yang diterima pun mengalami penurunan. Walaupun begitu, kebutuhan sehari-hari mampu terpenuhi, nilai yang lebih besar pada pengeluaran untuk kehidupan sehari-hari, serta keterbatasan Lapangan kerja dan kebiasaan belanja yang tak bisa diberhentikan.

Permasalahan lain juga terjadi yakni akibat adanya perang antara rusia dan Ukraina yang memberikan dampak pada sektor pangan dunia. Mengingat bahwa Ukraina merupakan negara atau wilayah yang sejak lama telah menjadi lumbung pangan Eropa. Jika negara

tersebut pernah mengalami masalah krisis kelaparan yang dikenang namanya dengan Holodomor, pada tahun 1930-an. Permasalahan krisis kelaparan tersebut terjadi bukan dikarenakan warga negara Ukraina yang tiba-tiba menjadi pemalas, melainkan karena Stalin yang memimpin Rusia saat itu merampas hak Ukraina. Perang Rusia-Ukraina yang terjadi pada tahun 2020 telah menjadi sorotan di ranah global karena akibat dari dampak negatifnya seperti penurunan ekspor-impor, krisis, inflasi, dan ancaman, dan pangan.

Negara Ukraina merupakan pemasok terbesar dari bahan pangan gandum, jagung hingga kedelai. Dampak dari invasi Rusia ke Ukraina saat ini mulai terasa, terutama yaitu inflasi akibat dari pasokan dan distribusi bahan pangan yang kini mulai terganggu sehingga ketahanan pangan dari sejumlah beberapa negara kini mulai menjadi langka. Rata-rata jumlah bahan pangan gandum yang ada di Indonesia berasal dari negara Ukraina. Dampak yang terjadi akibat dari perang Ukraina menyebabkan pasokan bahan pangan gandum di beberapa negara menjadi tersendat.

Telah diperingatkan oleh Presiden Joko Widodo untuk masyarakat Indonesia agar lebih mempersiapkan diri lagi dalam menghadapi situasi krisis pada bahan pangan dengan mencari sebuah substansi bahan pangan yang ada di Indonesia. Dari dulu hingga saat ini pulau Jawa sudah dijadikan pusat bahan pangan Indonesia karena beberapa faktor dari infrastruktur dan dari kesuburan lahan yang ada di pulau Jawa dari pada pulau lainnya. Kecukupan hutan di pulau Jawa yang tidak sebanding dengan luasnya lahan menjadikan hal tersebut terjadi. Hutan di Jawa saat ini senilai 19% daripada luas wilayahnya. Padahal, kecukupan luas hutannya yang menjamin daya dukung kira-kira sekitar dengan minimal 30%.

Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IPB University Ernani Rustiadi mengatakan "Diluar masalah dari pada dampak perang antara Rusia-Ukraina, mitigasi bahan pangan yang sangat penting karena produksinya yang tidak seimbang dengan kebutuhan yang ada. Seperti pada contoh, yang sudah diramalkan oleh Thkmals Maltus sang ahli ekonomi Inggris mengatakan " pertumbuhan manusia yang bersifat eksponensial dibandingkan dengan kebutuhan pangan yang artinya kebutuhan selalu lebih banyak dibandingkan dengan penyediaannya"

Adanya permasalahan tersebut memunculkan kebiasaan baru yaitu berbelanja online. Dalam hal ini, sebagai pembisnis online lebih banyak mengalami kenaikan pendapatan karena kondisi yang dibatasi untuk keluar rumah dan lebih sering atau banyak didalam rumah. Sehingga untuk pembelian mulai dari makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya lebih dominan pada toko online dimana pembeli hanya diam dirumah dan barang akan diantar ke rumah, namun harus tetap sesuai protokol kesehatan. Namun, lain halnya untuk pembuatan apem di Desa Kesesi ini persentase penjualan tetap stabil karena produk sudah dikenal oleh masyarakat sekitar dan tentu mempunyai kualitas yang baik sehingga produsen dapat mempertahankan produknya atau bahkan sampai meningkatkan hasil penjualan. Meskipun pemasaran yang dilakukan oleh pedagang apem masih menggunakan pemasaran secara langsung akan tetapi produknya tidak pernah sepi pembeli.

Selain itu, Bahan baku dalam pembuatan apem juga tida terdampak oleh adanya perang antara rusia dan ukraina. Hal ini disebabkan karena bahan baku kue tradisional ini tersedia melimpah di alam indonesia yakni menggunakan bahan tepung beras yang berasal dari padi. Tanah di indonesia memiliki tigkat kesuburan yang tinggi untuk tumbhan padi terutama di wilayah jawa daerah pekalonan kesesi. Ha ini bisa diihat jika kita melintasi daerah kesesi, terlihat masih asri dengan mayoritas lahan padi baik dipinggir jalan raya ataupun pinggiran jalan pedesaan. Bahan utama pembuatan apem ini dibuat sendiri melalui proeses penggilingan beras secara langsung dengan beras pilihan kualitas super. Hal ini dilakukan guna mendapat bahan terbaik untuk pembuatan apem cita rasa khas kesesi. Cita rasa inilah yang pada akhirnya mengundang banyak pelanggan datang dari berbagai daerah. Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti berusaha mengkaji fenomena tersebut dalam bentuk artikel penelitian berjudul "Strategi komunitas produsen muslim apem dalam menjaga stabilitas perekonomian di desa kesesi".

METODE

Penelitian ini meggunakan metode kualitatif dalam meneliti produsen muslim apem desa kesesi kecamatan Kesesi kabupaten pekalongan. Menurut Sugiono(2005) Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan dalam memahami suatu bentuk

fenomena, situasi, dan keadaan pada suatu kehidupan masyarakat sosial. Menurut peneliti metode kualitatif sesuai untuk diterapkan dalam meneliti produsen muslim apem desa kesesi mengenai strategi produsen muslim apem dalam menjaga kestabilan perekonomiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Kue Apem

Apem merupakan salah satu bentuk kue tradisional yang sudah ada sejak zaman Belanda dan masih dipertahankan hingga saat ini. Walaupun sudah ada sejak ratusan tahun, kue apem masih ada dan masih dikonsumsi sampai sekarang yang eranya sudah modern. Sehingga tak sedikit anak zaman sekarang yang kurang mengetahui keberadaan kue apem tersebut. Walaupun begitu, kue apem masih eksis dan pada kalangan dewasa khususnya kalangan yang sudah lahir dari tahun 90an. Kue Apem merupakan jajanan tradisional khas dari Kesesi Pekalongan yang dikenal oleh beberapa daerah disekitarnya khususnya daerah Comal Pemalang yang menjadi tempat pemasaran kue apem kesesi ini. Karena disana banyak peminat dari kue apem tersebut, maka dari itu pasar Comal Pemalang menjadi tempat pemasaran kue apem kesesi . Dan bisa dibilang kue apem ini menjadi jajanan primadona di Kesesi karena memang ciri khas dari daerah Kesesi. Jajanan ini mempunyai bentuk yang bundar pipih dimana tepung yang terbuat dari beras atau biasa di sebut dengan tepung beras dengan campuran gula aren atau gula merah sebagai bahan dasar pembuatannya. Apem Kesesi mempunyai ciri khas yaitu penyajiannya dengan menggunakan alas daun pisang. Mempunyai tekstur yang kenyal dan rasa yang manis. Selain untuk di jual maupun di konsumsi sendiri, kue apem juga biasa di sajikan di acara-acara seperti gelaran do'a hingga hajatan pernikahan dan sebagainya.

Strategi Pemasaran Kue Apem

Menurut Anggrahini dan Surwati (2014) , Pemasaran diartikan sebagai kegiatan manusia yang terarah dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran. Dalam proses Pemasaran setidaknya harus dapat menafsirkan sebuah kebutuhan dari konsumen dan

mampu mengkombinasikan dengan data pasar yang ada seperti lokasi konsumen dan kesukaan mereka

Pemasaran yang dilakukan pedagang apem tidak hanya dilakukan secara langsung di pasar akan tetapi seringkali para konsumen langsung mendatangi rumah pedagang tersebut secara langsung seperti yang disampaikan oleh beliau Mak Timah yang merupakan salah satu produsen sekaligus pedagang kue apem di daerah Kesesi. Beliau merupakan salah satu pedagang kue apem yang sudah berjualan selama puluhan tahun dan sampai sekarang yang diteruskan oleh anaknya. Terhitung sudah tiga generasi ini yang melanjutkan usaha turun temurun produksi kue apem ini. Berikut strategi-strategi yang dilakukan oleh pedagang apem di daerah Kesesi:

Strategi Produk

Produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan dari produsen untuk dibeli, diperhatikan, diminta, ataupun dikonsumsi konsumen pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen (Mevita dan Suprihadi, 2013). Berdasarkan penggolongan produk menurut Kotler (2009), produk makanan Apem ini tergolong pada produk tidak tahan lama (*non durable goods*) yang cepat habis dikonsumsi. Selain itu produk apem ini merupakan jenis makanan basah yang cepat basi atau hanya mampu bertahan 1-2 hari saja.

Bentuk Produk

Kue Apem ini tergolong sebagai produk konsumen yakni produk yang tidak hanya dibeli saja akan tetapi juga untuk konsumsi pribadi sebagai oleh-oleh. Produk kue apem hanya terdiri dari satu jenis rasa yaitu rasa original dan juga memiliki variasi topping kelapa yang menambah cita rasa gurih pada kue apem tersebut. Kue Apem ini memiliki daya tahan sekitar 1-2 hari saja. Kue apem bertekstur lembut dan kenyal dengan bentuk yang pipih. Selain itu, rasanya juga tetap sama dari awal produksi sampai sekarang meskipun kerap kali mengalami berbagai permasalahan dalam segi harga bahan pangan yang seringkali mengalami kenaikan. Hal inilah yang membuat kualitas apem mengalami kestabilan pada pasar.

Pengemasan

Proses pengemasan melibatkan kegiatan merancang dan memberi pembungkus/wadah pada sebuah produk. Menurut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed (2018), tidak semua pelaku bisnis menyadari bahwa kemasan produk yang mereka tawarkan ternyata memberikan pengaruh besar terhadap penjualan produk. Pada produk kue apem ini kemasan yang sering digunakan hanyalah kemasan dengan bentuk sederhana yakni dengan menggunakan dasar daun pisang. Hal inilah yang menjadi ciri khas kue apem kesesi sehingga mudah dikenali. Meskipun kerap kali dianggap kuno akan tetapi kue apem ini masih tetap terkenal dengan ciri khasnya dalam proses pengemasan ini melibatkan kegiatan yang merancang dan memberi pembungkus pada suatu produk

Strategi Harga

Harga merupakan sebuah nilai jual yang ditetapkan dari pihak produsen atau pedagang terhadap sebuah produk yang dijual dan ditawarkan kepada konsumen guna memperoleh sebuah keuntungan. Harga biasanya bersangkutan dengan kualitas produk, semakin tinggi kualitas sebuah produk semakin tinggi pula harga produk tersebut begitupun sebaliknya. Menurut Shabastian dan Samuel dalam realitasnya harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Strategi harga terdiri dari orientasi biaya, orientasi terhadap permintaan dan orientasi harga kompetitor. Penetapan harga kue apem didasarkan pada biaya produksi. Harga kue apem sangat ramah lingkungan sehingga masih banyak diminati sampai sekarang. Meskipun sampai detik ini mengalami kenaikan harga, akan tetapi kenaikan harga tersebut masih bisa dijangkau masyarakat di berbagai kalangan. Yang dulunya harga per kue apem dihargai Rp. 500 sekarang naik menjadi Rp.1000 per kue apem.

Melalui strategi-strategi tersebut komunitas pedagang apem di desa kesesi ini mampu bertahan meskipun kerap kali kondisi naik turun terdampak pandemi ataupun permasalahan lainnya.

Perspektif Manajemen Dakwah dalam Strategi Pemasaran Kue Apem di Desa Kesesi

Dalam perspektif manajemen dakwah, strategi pemasaran yang diterapkan oleh komunitas pedagang kue apem di Desa Kesesi dapat dilihat sebagai bagian dari usaha untuk mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal sekaligus memenuhi kebutuhan pasar. Manajemen dakwah, yang berfokus pada penyebaran nilai dan moral dalam kehidupan masyarakat, dapat diintegrasikan dengan strategi bisnis untuk memastikan bahwa kegiatan ekonomi tidak hanya memberikan manfaat material, tetapi juga membawa dampak positif dalam aspek sosial dan spiritual.

Menjaga Warisan Budaya dan Kearifan Lokal

Kue apem di Desa Kesesi tidak hanya sekadar produk makanan, tetapi juga bagian dari tradisi dan identitas budaya setempat. Pengemasan dengan menggunakan daun pisang, meskipun dianggap sederhana, merupakan representasi dari kearifan lokal yang patut dipertahankan. Dalam manajemen dakwah, ini bisa dimaknai sebagai bentuk dakwah budaya yang mengajarkan pentingnya menghargai dan melestarikan warisan nenek moyang. Dalam hal ini, para pedagang apem tidak hanya menjual produk, tetapi juga memperkenalkan dan memperkuat identitas budaya yang dapat mempererat tali persaudaraan antar anggota masyarakat.

Pembelajaran Etika Bisnis yang Berlandaskan Nilai Islam

Strategi harga yang diterapkan oleh pedagang kue apem di Kesesi juga mencerminkan prinsip keadilan dan keberlanjutan yang sejalan dengan ajaran Islam. Dalam Islam, penetapan harga yang adil dan wajar sangat ditekankan untuk menjaga keseimbangan antara produsen dan konsumen. Pedagang kue apem mempertahankan harga yang masih dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat, meskipun biaya bahan baku mengalami kenaikan. Hal ini mencerminkan prinsip *tawazun* (keseimbangan) dalam ekonomi Islam, yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan kesejahteraan masyarakat.

Dakwah Melalui Kualitas dan Layanan

Sebagai bagian dari manajemen dakwah, para pedagang apem juga dapat memanfaatkan prinsip *ikhlas* (keikhlasan) dalam setiap aspek bisnis mereka. Keikhlasan dalam memberikan produk yang berkualitas dan layanan yang ramah kepada konsumen adalah bentuk dakwah yang menyampaikan nilai positif, seperti kejujuran dan tanggung jawab. Produk yang terjaga kualitasnya, seperti kue apem yang tetap memiliki cita rasa yang sama meski harga bahan baku seringkali naik, menunjukkan komitmen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik, yang pada gilirannya mempererat hubungan antara produsen dan konsumen.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Dalam konteks manajemen dakwah, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh komunitas pedagang apem juga berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat. Dengan mempertahankan usaha turun-temurun yang telah berlangsung selama puluhan tahun, komunitas ini tidak hanya menciptakan peluang kerja bagi anggota keluarga dan warga sekitar, tetapi juga turut berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi generasi muda yang ingin melanjutkan usaha ini. Hal ini sejalan dengan nilai *dakwah* yang mengajarkan pentingnya menciptakan kesejahteraan sosial dan ekonomi dalam masyarakat.

Integrasi Nilai Sosial dan Keagamaan dalam Pemasaran

Strategi pemasaran kue apem di Kesesi tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai sosial dan keagamaan. Dalam setiap langkah pemasaran, para pedagang berupaya untuk tidak hanya memperoleh keuntungan, tetapi juga memberi manfaat kepada masyarakat. Keberlanjutan usaha ini, meskipun menghadapi berbagai tantangan, menunjukkan bahwa integrasi antara bisnis dan dakwah dapat berjalan secara harmonis, saling mendukung, dan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Kue apem yang menjadi jajanan tradisional khas dari Desa Kesesi Pekalongan, meskipun telah ada sejak zaman Belanda, tetap eksis hingga saat ini dan menjadi bagian dari warisan budaya yang dihidupkan kembali oleh masyarakat. Meskipun menghadapi tantangan global seperti wabah COVID-19 dan peristiwa perang Rusia-Ukraina, kestabilan kualitas dan pendapatan pedagang kue apem di Kesesi tetap terjaga berkat strategi pemasaran yang diterapkan, termasuk strategi produk yang mencakup bentuk dan pengemasan, serta strategi harga yang mempertimbangkan daya beli masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun zaman berubah, tradisi dan kearifan lokal yang diusung oleh para pedagang kue apem masih tetap relevan dan dapat bertahan dalam menghadapi berbagai perubahan eksternal. Dalam perspektif manajemen dakwah, keberhasilan pedagang kue apem di Desa Kesesi menggambarkan penerapan prinsip dakwah dalam kegiatan ekonomi, di mana bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga mengandung nilai sosial, budaya, dan spiritual yang mendalam. Strategi pemasaran yang berbasis pada kelestarian budaya lokal dan keadilan harga mencerminkan upaya dakwah untuk memperkuat kearifan lokal dan mempererat hubungan sosial antar anggota masyarakat. Dalam konteks ini, manajemen dakwah dapat menginspirasi pelaku bisnis untuk mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dan sosial dalam strategi pemasaran mereka, guna menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa prinsip dakwah dalam manajemen ekonomi tidak hanya dapat diterapkan dalam konteks sosial dan keagamaan, tetapi juga dalam bisnis tradisional yang melibatkan pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pedagang kue apem di Kesesi menunjukkan bahwa bisnis yang berbasis pada nilai-nilai sosial dapat bertahan dan berkembang meskipun menghadapi tantangan global yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ramini.2021.Analisis tingkat pedapatan pedagang pada masa pandemi covid-19 di pasar rantau panjang kecamatan tabir kabupaten merangin.
- Mahani.Estu, 2021.Telaah Strategi Pemasaran : *Upaya Meningkatkan Daya Saing Pasar Bisnis Online di Masa pandemi Covid-19.*
- Kusumawaty.Yeni, 2018. Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau(*Keripik Nenas Dan Remgging Ubi Kayu*)
- Lucky.Maskarto.2021. Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19
- Jurnal Trilogi.2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap perekonomian indonesia : Analisis Terhadap Sektor Domestik Dan Stabilitas Inflasi
- Alwi Musa Muzaiyin, Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (*Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri*)
- A.A Ketut Sri Chandrawati.2010. Pasar Modern Tradisional Gaya Hidup Masyarakat Kabupaten Tabanan Provinsi Bali
- Waldan, R (2017). Quality of Work Life Sebagai Solusi Peningkatan Kinerja Karyawan dalam Perspektif Islam. Jurnal Al-Hikmah, 12(2), 29-50.
- Waldan, R (2020) The effect of Leader Support And Competence to the Organizational Commitment on Employees Performance of Human Resources Development Agency in West Kalimantan. Jurnal Ekonomi Bisnis dan kewirausahaan (JEBIK), 9 (1), 31-49.
- Waldan, R (2020) Total Quality Management dalam Persperktif Islam. ICRHD: Journal of International Conference on Religion, Humanity, and Development, 1 (1), 159-268.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Wijono. 2007. Nampak Utuh Tetapi Rapuh (Suatu Tinjauan Psikologis Terhadap Keluarga
- Criatin Counseling Center Indonesia, [www. Google.com](http://www.google.com) (diakses tanggal 7 September 2021).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2004 Tentang Tentara Nasional Indonesia.
- Vardiansyah. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Agus Salim. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana.
- Arief S Sadiman, dkk. 2007. *Media Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dimas Agung Trisliatanto. 2020. *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Hafied Cangara. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasan Basri. 2003. *Nutrisi Cinta: Strategi Menggapai Keluarga Sakinah*. Majalah Keluarga Sakinah.Vol 1 (1). Hal. 9.

- Husein Umar. 2008. *Strategi Management in Action (Konsep Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategi)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iffa Akhmad. 2021. *Distant Love*. Sidoarjo: Olympus Ilmu.
- Iwan Januar. 2015. LDR Dalam Pernikahan, Bolehkah?. Diakses 25 Maret 2021