

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim

Alma, Bukhari dan Donni. *Manajemen bisnis syariah: menanamkan nilai dan praktis syariah dalam bisnis kontemporer*. Alfabeta:Bandung.

Anonim, 2012. Pengertian Tanaman Obat, Jenis dan Pemanfaatannya.
<http://pengertiantanamanobat.blogspot.com/2012/10/pengertian-tanaman-obat-jenis-dan.html>. Diakses Kamis 11 Februari 2021.

Antonio, M. S. (2007), Muhammad SAW: Super Leader Super Manager, Prophetic Leadership and Management Center, Jakarta.

Arham, M. (2010), "Perspektif Islam tentang Pemasaran", Jurnal Pemasaran Islam, Vol. 1, hlm. 149-164.

Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT.Grfindo: Jakarta

Balai POM Jambi. visi-misi BPOM Jambi. (<http://www.pom.go.id>). diakses 3 November 2021

Herdiana, E. 2013. Artikel Pertanian. (<Http://www.bbpp-lembang.info>). diakses Kamis 11 Februari 2021

Indraningrum, Putri. 2015. *Pengembangan Program Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Gunungkidul Melalui Model Kemitraan*, skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Islam, U., Sulthan, N., & Saifuddin, T. (2020). *Kata kunci : Candi Muaro Jambi*;

Ficus religiosa L.; Oroxylum indicum (L.) Kurz.; Schima wallichii Choisy.
13(2), 192–208.

Katili, AS., Latore, Z., dan Nauko, MC. 2015. Inventarisasi Tumbuhan Obat dan Kearifan Lokal Masyarakat Etnis Bune dalam Memanfaatkan Tumbuhan Obat di Pinogu, Kabupaten Bonebolango, Provinsi Gorontalo, PROS SEM NAS MASY BIODIV INDON. Volume 1 No.1

Lovelock, C., Wirtz, J. & Chew, P. (2011). Edisi ke-2. Dasar-dasar Pemasaran Jasa. Singapura: Prentice Hall.

LPPOM-MUI. 2021. VISI MISI-LPPOM PROVINSI JAMBI.([Http://www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)). diakses 23 September 2021

Nugroho, Aris. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan metode Quantitative Strategic Matrix (QSPM) Pada Usaha Mebel*. skripsi: Universitas Surakarta

Oktariani S, P. (2018). Eksplorasi Pengetahuan Lokal Etnomedisin Dan Tumbuhan Obat Di Desa Tanjung Jati, Sumur Jaya, Negeri Ratu Tenumbang Dan Tulung Bamban Pada Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Rachmawati, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap minat beli amdk ades (Studi pada Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan Ades di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79.

RAHAYU, M. (2006). Pemanfaatan Tumbuhan Obat secara Tradisional oleh Masyarakat Lokal di Pulau Wawonii, Sulawesi Tenggara. *Pemanfaatan Tumbuhan Obat Secara Tradisional Oleh Masyarakat Lokal Di Pulau Wawonii, Sulawesi Tenggara*, 7(3), 245–250.

<http://biodiversitas.mipa.uns.ac.id/D/D0703/D070310.pdf>

Ruslam, Rosadi (2004). *Metode Penelitian Relation dan Komunikasi*. Raja Gravindo Persula; Jakarta

Setiawan, Hendra. 2014. *Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha kecil dan Menengah*. Jurnal Manajemen. Vol. 1 No. 2. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif, Dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama; Jakarta

suindrawati. 2016. *Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada studi kasus toko jessy busana muslim bapangan Mendenrejo Blora*.

Suradinata, Ermaya. 2013. *Analisi Kepemimpinan - strategi pengambilan keputusan*. Sumedang: Alqaprint Jatinangor

Supriyono, Agus Athori. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Perusahaan Snack Lucky Olympic Kediri*.

Syamsiah, "Eksplorasi Tumbuhanobat Tradisional Di Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene Sulawesi Barat". *jurnal penelitian biologi FMIPA Universitas Makassar*. vol. 15 No.2. (Makassar: 2014) h.127.

Sopyan, Ahmad. 2017. *Strategi Kemitraan Dalam Saluran Distribusi Untuk meningkatkan kinerja Bisnis*, tesis. Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Sula, M. S. dan Kartajaya, H. (2006), *Shariah Marketing*, Mizan, Bandung.

Sumawardani, F., Widayati, S., & Wardhani, I. P. (2017). Rancangan Program Aplikasi Informasi Ramuan Etnomedisin Obat Tradisional Indonesia Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*, 15(1), 71–81.

Trim, B. (2008), Business Wisdom Muhammad SAW: 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi SAW (Business Wisdom Muhammad SAW: 40

Trim, B. (2009), Pengusaha Brilian Muhammad SAW, Salamadani Pustaka Semesta, Bandung.

Universitas jambi. 2021. Struktur Organisasi. ([Http://www.unja.ac.id/identitas2](http://www.unja.ac.id/identitas2)).
Diakses 23 September 2021

Quraish, Shihab. "Tafsir Al-Qur'an(on-line)", tersedia di <http://tafsirq.com/26-Asy-Syu'ara/ayat-7>.2015

Wilson, J. A. J. (2012), " Melihat pemasaran Islam, branding, dan perilaku konsumen Muslim di luar 7P", Journal of Islamic