

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM

1. Sejarah Toko Az-Zahra Collection

Sebuah keberhasilan tidak terlepas dari sejarah berdirinya toko, suatu motivasi, inspirasi, dan peluang yang ada, sehingga dapat mengaplikasikannya terhadap suatu pekerjaan. Dari sini, berdirilah sebuah usaha yang dinamakan toko Az-Zahra Collection. Pemberian nama toko “Az-Zahra Collection” diambil dari nama Fatimatus Zahra, beliau mengambil dari nama belakang Az-Zahra dan beliau menggabungkan nama Az-Zahra dengan beberapa kumpulan atau koleksi dari produk yang dijualnya. Kemudian Ifa memutuskan untuk memberi nama tokonya sebagai toko Az-Zahra Collection.

Gambar 2. Toko Az-Zahra Collection



Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Toko Az-Zahra Collection berdiri pada tahun 2018. Meskipun belum memiliki badan hukum, toko Az-Zahra Collection merupakan toko yang dibangun dari tanah milik sendiri. Pemilik toko Az-Zahra Collection ini adalah Fatimatus Zahra atau lebih dikenal dengan panggilan Ifa, beliau mengawali dan menjalankan bisnisnya dibantu oleh kedua orang tuanya yang bernama ibu Hj. Jum'atin dan bapak H. Maddul Hayyi. Dalam mengawali sebuah bisnis beliau memasarkan produk yang dijual pada toko miliknya tersebut yaitu toko Az-Zahra Collection yang letaknya berada di desa Randujalak, beberapa barang yang dijual ialah mencakup pada kebutuhan *fashion* atau gaya dalam berpenampilan yang saat ini sudah menjadi kebutuhan manusia, seperti busana muslim, kerudung, rok, tas, mukenah, piyama, baju anak, koko, dan lain lain. Selain itu beliau juga menjual produk kosmetik kecantikan MS Glow yang mana pada umumnya juga menjadi sebuah kebutuhan penting bagi wanita. Seiring dengan perkembangan zaman di mana dunia persaingan semakin ketat, pada tahun 2019 beliau mulai memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk yang dijual. Dengan memasarkan atau mempromosikan barang melalui media sosial maka akan mendapat peluang yang bagus sehingga akan lebih banyak orang lain yang akan menjangkau barang-barang tersebut.

Konsumen toko Az-Zahra Collection ini tidak dibatasi oleh usia, mulai dari remaja, mahasiswa, dan orang dewasa sering berbelanja di sana. Tidak hanya itu, konsumenpun bukan hanya dari masyarakat sekitar

Mengenai jam buka toko Az-Zahra Collection dari hari Selasa sampai hari Jumat, mulai dari jam 08.00 WIB sampai dengan jam 17.00 WIB kemudian kembali buka dari jam 19.00 WIB sampai dengan jam 21.00 WIB.²

3. Produk Toko Az-Zahra Collection

Beberapa produk yang dijual di toko Az-Zahra Collection yakni sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Harga Produk Toko Az-Zahra Collection

No	Nama Barang	Harga
1	Jubah (Gamis) dewasa	Rp. 100.000 – Rp. 600.000
2	Hijab	Rp. 25.000 – Rp.100.000
3	Baju Atasan	Rp. 40.000 – Rp. 150.000
4	Rok & Celana	Rp. 50.000 – Rp. 200.000
5	Tas/Dompot	Rp. 50.000 – Rp. 300.000
6	Baju Anak	Rp. 30.000 – Rp. 200.000
7	Baju Cowok	Rp. 100.000 – Rp. 300.000
8	Masker	Rp. 10.000 – Rp. 30.000
9	Skincare (Kosmetik)	Rp. 50.000 – Rp. 300.000
10	Tuffah Nail Henna	Rp. 40.000
11	Mukenah	Rp. 100.000 – Rp. 400.000

Sumber : Pemilik Toko Az-Zahra Collection

² Fatimatus Zahra, Pemilik Toko Az-Zahra Collection, Wawancara, Randujalak, Jumat, 26-02-2021 12:48 WIB.

4. Data Reseller Toko Az-Zahra Collection

Berikut ini merupakan daftar beberapa Reseller toko Az-Zahra Collection, di antaranya :

Tabel 2. Data Reseller Toko Az-Zahra Collection

No	Nama	Asal	No. HP
1	Wiwini Nur Hidayati	Situbondo	082230209267
2	Hasnul Hotimah	Lumajang	081911897248
3	Tijaniah	Alassumur	085334931777
4	Fitri	Mlandingan	082331004116
5	Ika	Kota Anyar	087765072773
6	Mufidatul Himmah	Tanjung	082292560209
7	Mudawwamah	Sindetlami	085330693825
8	Khoirun Nisa'	Sumurdalam	085282420040
9	Sri Hidayati	Alakandang	085258791974
10	Mbak Fera	Randujalak	081217833789
11	Riska	Besuk Agung	082338108716
12	Diyah	Banyuwangi	082231621626
13	Mia	Sindetlami	085257167561
14	Lely	Bondowoso	085231387582
15	Pak Badri	Situbondo	085229967787
16	Halimah	Besuk Agung	083847440150
17	Hilda	Sindetlami	085235596314

Sumber : Pemilik Toko Az-Zahra Collection

Adapun syarat-syarat untuk menjadi *reseller* ialah sebagai berikut :

- a. Order awal minimal 3 pcs *fasion brand*/barang, selanjutnya sudah mendapat potongan harga sebagai *reseller*;
- b. Ada transaksi tiap bulan;
- c. *Keep no cancel* (Barang yang sudah dipesan tidak boleh dibatalkan).

5. Akun Toko Az-Zahra Collection di Media Sosial

Beberapa akun media sosial yang dipakai toko Az-Zahra Collection untuk mempromosikan atau memasarkan produk jualannya adalah sebagaimana berikut :³

a. Facebook

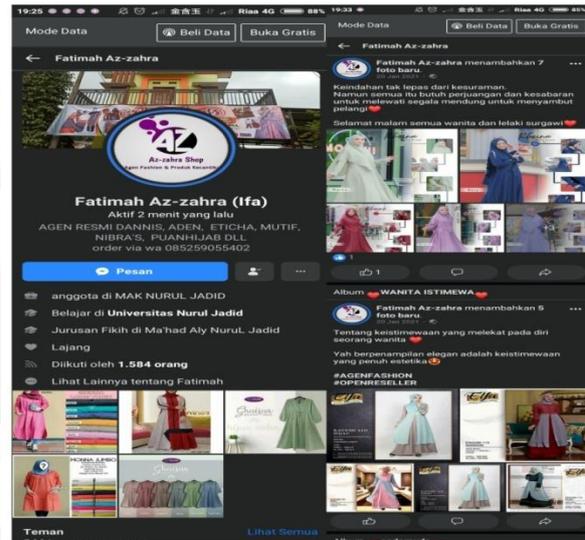
Dalam melakukan promosi menggunakan media sosial Facebook, toko Az-Zahra Collection menggunakan nama akun Facebook *Fatimah Az-Zahra*. Dengan menggunakan akun Facebook maka Toko Az-Zahra Collection dapat memposting/mengunggah foto atau video produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Facebook merupakan media sosial yang sangat bermanfaat untuk digunakan sebagai media promosi karena dapat menyediakan sejumlah layanan untuk berinteraksi dengan konsumen misalnya melalui pesan, komentar, dan lain-lain. Penggunaan media sosial Facebook merupakan cara murah dalam iklan *online* (daring), dengan biaya yang relatif gratis yang digunakan oleh toko Az-Zahra Collection, sehingga dapat melakukan promosi produk yang dijual

³ Fatimatus Zahra, Pemilik Toko Az-Zahra Collection, *Wawancara*, Randujalak, Rabu, 23-09-2021 14:00 WIB

kepada konsumen secara luas. Pada akun Facebook pemilik toko Az-Zahra Collection juga tidak lupa mencantumkan nomer *hanphone* agar mempermudah konsumen untuk menghubungi beliau.

Gambar 4. Akun Facebook Toko Az-Zahra Collection



Sumber : Toko Az-Zahra Collection

b. *Whatsapp*

Dalam melakukan promosi menggunakan media sosial *Whatsapp* maka akan sangat memudahkan bagi pemilik toko Az-Zahra Collection dalam berinteraksi langsung dengan calon konsumen. Toko Az-Zahra Collection mengunggah barang yang akan dijual melalui status *Whatsapp* dan juga membagikan gambar produk yang dijual melalui grup *Whatsapp* yang dibuat dengan nama grup “Azzahrashop Berkah”. Dalam grup yang telah dibuat, pemilik toko juga menyertakan deskripsi produk secara rinci, ukuran, macam-macam warna, dan harga produk. Dari semua akun media sosial yang dipakai untuk mempromosikan barang yang akan dijual *Whatsapp*

merupakan aplikasi yang akan menghubungkan langsung dan respon yang cepat calon konsumen dengan pemilik toko, dikarenakan dalam setiap aplikasi yang digunakan untuk promosi Toko Az-Zahra Collection menyertakan nomer Whatsapp agar mempermudah konsumen untuk berbelanja dan memproses pesanan dengan cepat. Untuk nomor Whatsapp pemilik toko Az-Zahra Collection sendiri yang bisa dihubungi ialah +6285259055402.

Gambar 5. Promosi Toko Az-Zahra Collection melalui Whatsapp



Sumber : Toko Az-Zahra Collection

c. Instagram

Selain kedua media sosial di atas, toko Az-Zahra Collection juga memilih media sosial berupa Instagram dalam memasarkan atau mempromosikan barangnya. Toko Az-Zahra Collection menggunakan akun Instagram dengan nama *azzahrafatimah_22*.

Gambar 6. Akun Instagram Toko Az-Zahra Collection



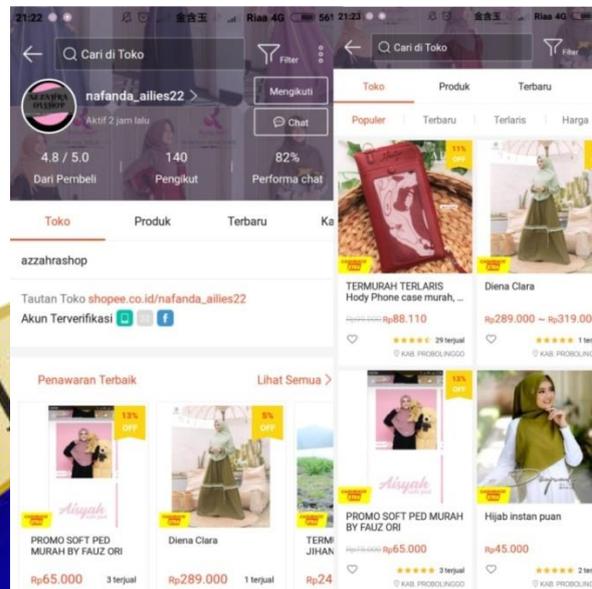
Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Pada akun Instagram toko Az-Zahra Collection terdapat jumlah *follower* atau pengikut mencapai 1.372 *follower*, dengan jumlah kiriman atau postingan sebanyak 143 postingan. Di dalam postingan Instagram Toko Az-Zahra Collection juga menyertakan nomer Whatsapp untuk konsumen yang ingin bertanya atau memesan dari salah satu produk yang diposting diunggah di Instagram.

d. *Shopee*

Shopee juga menjadi media yang juga sering digunakan untuk memasarkan produk yang dijual. Toko Az-Zahra Collection juga memanfaatkan media Shopee sebagai media promosi dengan nama akun *nafanda_ailies22*. Tautan toko Shopee Az-Zahra Collection adalah shopee.co.id/nafanda_ailies22.

Gambar 7. Akun Shopee Toko Az-Zahra Collection



Sumber: Toko Az-Zahra Collection

Pada akun Shopee toko Az-Zahra Collection terdapat 140 orang pengikut, dan terdapat penilaian baik dari konsumen 4.8/5.0 yang sudah membeli produk, adapun penilaian yang diberikan konsumen ialah berupa komentar dan memberikan bintang.

B. PAPARAN DATA

1. Strategi Pemasaran Syariah Toko Az-Zahra Collection Melalui Media Sosial

Toko Az-Zahra Collection merupakan satu-satunya toko baju dan kosmetik di desa Randujalak kecamatan Besuk. Meskipun toko Az-Zahra Collection ini terletak di desa akan tetapi toko Az-Zahra Collection tergolong maju dan pesat dalam perkembangannya. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang berkunjung langsung ke toko maupun yang berbelanja melalui *online*/daring dengan menggunakan jasa

ekspedisi. Hal yang dapat menyebabkan meningkatnya konsumen di toko Az-Zahra Collection adalah dengan strategi pemasaran yang baik. Jika menerapkan strategi pemasaran yang baik maka akan mendorong pada peningkatan konsumen.

Prinsip syariah merupakan suatu kunci dari keberhasilan manusia untuk dapat memaksimalkan kebutuhan dunia untuk bekal nanti menuju akhirat. Dengan menggunakan prinsip syariah seseorang tidak akan terjerumus ke dalam hal-hal yang negatif. Dalam menjalankan kegiatan ekonomi maka harus dilandasi dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dalam setiap hal atau dalam setiap kegiatan ekonomi nantinya akan sesuai dengan apa yang telah diperintahkan Allah SWT dan Rasul-Nya. Jadi dalam melakukan kegiatan ekonomi selain kita mendapatkan hasil untuk kebutuhan di dunia maka kita juga akan mendapatkan hasil untuk kebutuhan di akhirat kelak.

a. Mengedepankan Etika dan Menjaga Komunikasi Yang Baik Sesuai Syariat Islam Dalam Berkomunikasi Dengan Konsumen

Dalam melakukan pemasaran maka juga dibutuhkan prinsip-prinsip syariah agar dalam melakukan pemasaran mendapat berkah dan barokah dari Allah SWT. Prinsip syariah merupakan suatu hukum yang sangat adil dan sempurna serta sangat mengutamakan moral, etika, serta kejujuran dalam setiap bertansaksi. Hal ini yang juga menjadi dasar bagi toko Az-Zahra Collection dalam setiap melakukan kegiatan promosi yang selalu mengutamakan prinsip-

prinsip syariah. Seperti penjelasan pemilik toko Az-Zahra Collection ialah sebagai berikut :

“Nah dalam melakukan promosi mbak juga mengedepankan mengenai syariah islam misal seperti moral dan etika kita terhadap konsumen, karena menurut saya moral dan etika yang baik akan menghasilkan hasil yang baik juga, jadi respon dari pelanggan nantinya akan baik juga dek, jadi moral dan etika yang baik menurut saya penting untuk diterapkan.”⁴

Dengan melakukan pemasaran yang baik dan berpegang teguh dengan menerapkan prinsip syariah maka diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi toko Az-Zahra Collection.

b. Mengedepankan Nilai-nilai Kejujuran dalam Bertransaksi

Selain itu dalam melakukan sebuah pemasaran toko Az-Zahra Collection juga selalu bersikap jujur dan tanpa adanya diskriminasi/membeda-bedakan bagi toko lain yang menjadi pesaing. Terbukti bahwasanya dengan sikap jujur maka akan menambah kepercayaan konsumen, hal ini terbukti dengan banyaknya pelanggan yang datang ke toko Az-Zahra Collection ataupun dengan melakukan order melalui via *online*/daring. Sesuai dengan pernyataan dari Fatimatuz Zahra sebagai berikut :

“Dalam melakukan promosi ya selalu berperilaku jujur, dan sekiranya kita tidak membohongi konsumen. Ya saya sampaikan kalau bahannya ini, sesuai bahannya, misal katun, ukurannya S gitu, ya nyaman dipakai ya gitu kan, tanpa ya kalau misal ada cacatnya ya bilang.”⁵

⁴ Fatimatus Zahra, Pemilik Toko Az-Zahra Collection, Wawancara, Randujalak, Jumat, 26-02-2021 13:37 WIB

⁵ Fatimatus Zahra, Pemilik Toko Az-Zahra Collection, Wawancara, Randujalak, Jumat, 26-02-2021 12:55 WIB.

c. Menginformasikan Detail Produk dengan Jelas Kepada Konsumen

Dalam melakukan pemasaran melalui media sosial berupa Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Shopee pemilik toko Az-Zahra Collection juga memanfaatkan beberapa fitur/fungsi dari aplikasi tersebut terutama mengenai foto dan video produk. Dengan fitur/fungsi tersebut maka pelanggan dapat melihat unggahan dari toko Az-Zahra Collection. Dengan beberapa foto yang *real/nyata* maka diharapkan akan menumbuhkan suatu rasa kepercayaan dari konsumen. Dengan kepercayaan yang diberikan oleh konsumen kepada toko, Az-Zahra Collection maka harus ditunjang dengan pemberian informasi yang baik. Informasi yang baik akan memberikan kemudahan bagi konsumen. Informasi sangat penting bagi konsumen karena dengan informasi konsumen dapat mengetahui spesifikasi/perincian atau keadaan produk yang dijual oleh toko Az-Zahra Collection. Seperti yang telah dijelaskan oleh pemilik Toko Az-Zahra Collection sebagai berikut :

“Saya menginformasikan yang berkaitan dengan produk secara jelas, ya sampaikan kalau bahannya ini, jadi sesuai dengan bahannya, ukurannya, warna yang tersedia, dan nyaman dipakai, semisal ada cacatnya ya bilang. Biasanya itu di grup detail, kalau di Story Whatsapp jarang soalnya kepanjangan tapi sesekali ada sak detailnya misalnya LD (Lebar Dada), harganya. Kalau di Facebook jarang nyantumin harga soalnya banyak netizen yang kadang cuma ngebandingin harga jadi ya

langsung tak suruh Inbox ya kadang langsung Whatsapp. Kalau di Instagram pasti ada harganya.”⁶

d. Harga Terjangkau dan Barang Yang dipasarkan Berkualitas

Berbicara mengenai pemasaran suatu produk yang dijual tentunya akan berkaitan dan berhubungan dengan harga dan kualitas barang.

Harga dan kualitas barang merupakan satu acuan yang sangat penting untuk para konsumen membeli suatu barang. Barang yang berkualitas biasanya sudah tidak diragukan lagi bagi para pelanggan setianya.

Perlu diketahui bahwasanya barang berkualitas bukan selalu dengan harga yang mahal, level mahal ataupun murah sangat relatif.

Konsumen harus menyadari bahwa barang berkualitas tentu terbuat dari bahan pilihan dan dengan proses pembuatannya yang terbaik. Tidak heran, konsumen pun merasa senang berbelanja di toko Az-Zahra Collection ini. Terdapat beberapa konsumen yang berhasil saya wawancarai yang berkaitan dengan strategi pemasaran kemudian menjelaskan beberapa alasan mengapa dia senang untuk berbelanja di toko Az-Zahra Collection. Berikut ini pernyataan dari mbak Winda :

“Saya sudah lama menjadi pelanggan toko Az-Zahra Collection ya dari awal mbak Ifa jualan online itu deh. Awalnya berteman di Facebook, jadi mbak Ifa itu posting produk jualannya, setiap ada koleksi baru selalu update di Facebook, selain posting barang mbak Ifa juga mencantumkan nomor Whatsapp mbak, baru setelah itu liat story whatsapp mbak Ifa ternyata tokonya juga promosi di Instagram dan ada shopeenya juga, dari situ saya ikuti semua akun media sosialnya biar gak ketinggalan info barang baru. Terkait dengan gambar produk diposting di media sosial dengan aslinya real mbak, karena saya juga sudah

⁶ Fatimatus Zahra, Pemilik Toko Az-Zahra Collection, Wawancara, Randujalak, Jumat, 26-02-2021 12:57 WIB.

langganan dan mbak Ifa benar-benar ngasih info sesuai dengan real keadaan barangnya. Dan untuk harga kalau menurut saya ya sesuai mbak, karena kalau mau barang bagus ya harganya memang gak murah, jadi harga mempengaruhi kualitas menurut saya sih. Alasan suka belanja online karena menurut saya belanja online itu praktis mbak dan mudah, dan juga di tokonya mbak Ifa model bajunya kekinian dan harganya terjangkau dengan kualitasnya juga bagus.”⁷

Berikut ini juga merupakan salah satu konsumen toko Az-Zahra Collection yang berhasil saya wawancarai terkait dengan strategi pemasaran. Adapun pernyataan dari mbak Firdi sebagaimana berikut:

“Saya sudah menjadi pelanggan toko Az-Zahra Collection sejak tiga tahun yang lalu. Ada beberapa akun media sosial yang dipakai toko Az-Zahra Collection untuk promosi, Facebook, Whatsapp, Instagram, Shopee. Jadi kalau ada update barang baru bisa tau. Terkait dengan kondisi barang yang dipromosikan di media sosial dengan keadaan aslinya juga memang sama. Untuk harganya sesuai dengan kondisi barang, benar-benar bagus. Alasan suka belanja online ya karena belanja online gak ribet.”⁸

Toko Az-Zahra Collection juga menerapkan strategi pemasaran syariah, meskipun dilakukan secara *online/daring* tetap berprinsip pada kejujuran dan menginformasikan barang sesuai dengan kenyataannya. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh mbak Winda selaku konsumen dan berikut juga alasan kenapa mbak Winda senang berbelanja di toko Az-Zahra Collection jika dilihat dari strategi pemasaran syariah :

“Alasan lain saya senang belanja di toko Az-Zahra Collection atau di tokonya mbak Ifa ya selain harganya terjangkau dan

⁷ Winda, Konsumen Toko Az-Zahra Collection, *Wawancara*, Randujalak, Sabtu, 24-04-2021 18:43 WIB.

⁸ Firdi, Konsumen Toko Az-Zahra Collection, *Wawancara*, Randujalak, Minggu, 25-04-2021 19:47 WIB.

kualitasnya bagus, toko ini juga menerapkan strategi pemasaran syariah mbak, terbukti dari foto produk yang di upload di media sosial ya di Facebook, Whatsapp, atau yang lainnya itu keterangan yang tercantum memang benar-benar sesuai dengan barang yang ada di toko. Jadi menurut saya bisa dikatakan bahwa toko ini dapat dipercaya dalam memasarkan produknya, dan terbukti juga dari banyaknya testimoni dari pelanggan yang terkadang mbak Ifa upload lewat story Whatsapp, Facebook, Instagram, ataupun dari testimoni customer yang di Shopee. Beliau juga fast respon, dan cara melayani konsumen juga ramah, pokoknya pelayanan yang diberikan sangat baik. Jadi konsumen termasuk saya sendiri senang berbelanja disana.”⁹

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari konsumen lainnya terkait strategi pemasaran syariah yang telah diterapkan oleh toko Az-Zahra Collection, berikut ini pernyataan dari mbak Firdi :

“Dalam memasarkan produknya sesuai dengan keadaan barangnya, jadi tidak mengada-ngada, foto produk dan keterangannya sesuai dengan aslinya. Jadi saya rasa toko ini sangat dipercaya dalam memasarkan barang yang dijual. Mbak Ifa juga ramah sekali saat melayani konsumen.”¹⁰

2. Hasil Penjualan Toko Az-Zahra Collection Menggunakan Media Sosial

Seiring dengan berjalannya waktu dalam melakukan promosi dan pemasaran. Maka ditemukan hasil penjualan dari promosi menggunakan media sosial baik dari Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Shopee. Mengalami peningkatan dibanding dengan menggunakan metode penjualan secara konvensional. Sebagaimana dikemukakan Mbak Ifa :

⁹ Winda, Konsumen Toko Az-Zahra Collection, *Wawancara*, Randujalak, Sabtu, 24-04-2021 19:01 WIB.

¹⁰ Firdi, Konsumen Toko Az-Zahra Collection, *Wawancara*, Randujalak, Minggu, 25-04-2021 19:47 WIB.

“Terkait dengan promosi menggunakan media sosial sangat efektif dalam meningkatkan omset penjualan, karena mengingat dari awal penjualan sebelumnya kan stoknya sedikit dek masih gak ada toko jadi barangnya ditaruk dikamar, trus ibu juga keliling jualannya. Setelah sambil lalu promosi lewat media sosial Alhamdulillah hasil penjualan meningkat dan minat pembeli tambah banyak.”¹¹

Sebelum menggunakan media sosial toko Az-Zahra Collection tergolong dalam bisnis rumah yang konsumennya hanya dari kalangan masyarakat di desa Randujalak saja. Berikut ini merupakan hasil penjualan toko Az-Zahra Collection tahun 2018 sebelum memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk promosi.

Tabel 3. Penjualan Produk Toko Az-Zahra Collection Tahun 2018

No	Bulan	Jumlah Produk Yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	Januari	43	2.591.000
2	Februari	52	3.110.000
3	Maret	40	2.416.500
4	April	60	3.152.000
5	Mei	69	4.284.000
6	Juni	70	4.329.000
7	Juli	81	5.035.000
8	Agustus	74	3.991.000
9	September	66	3.707.000
10	Oktober	57	3.730.000
11	November	61	3.937.500
12	Desember	88	6.114.000
	JUMLAH	761	46.397.000

Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Dari hasil pemaparan di atas dapat diketahui hasil penjualan toko Az-Zahra Collection pada tahun 2018 sebelum menggunakan media sosial mengalami naik turun dengan jumlah penjualan produk secara

¹¹ Fatimatus Zahra, Pemilik Toko Az-Zahra Collection, Wawancara, Randujalak, Jumat, 26-02-2021 13:00 WIB.

keseluruhan sebanyak 761 dengan penghasilan mencapai Rp. 46.397.000,00. Penjualan produk dengan jumlah terbanyak terjadi pada bulan Desember dengan pencapaian penjualan sebanyak 88 produk dengan jumlah penghasilan sebesar Rp. 6.114.000,00. Untuk yang paling sedikit terjadi pada bulan Januari dengan jumlah 43 barang terjual dengan penghasilan sebesar Rp. 2.591.000,00.

Seiring dengan berjalannya waktu dengan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan barang yang dijual maka diharapkan dapat memperoleh kenaikan minat pasar dan/atau terdapat kenaikan permintaan produk sehingga dapat meningkatkan omset penjualan toko. Berikut ini merupakan laporan penjualan Toko Az-Zahra Collection tahun 2019.

**Tabel 4. Penjualan Produk Toko Az-Zahra Collection
Pada Tahun 2019**

No	Bulan	Jumlah Produk Yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	Januari	90	4.597.000
2	Februari	82	4.179.500
3	Maret	94	4.537.000
4	April	98	5.199.000
5	Mei	108	5.475.500
6	Juni	123	6.120.500
7	Juli	97	5.091.000
8	Agustus	134	6.932.500
9	September	147	6.875.500
10	Oktober	142	6.863.500
11	November	167	8.003.500
12	Desember	194	9.268.500
	JUMLAH	1.476	73.143.000

Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Dari pemaparan data hasil penjualan di atas dapat diketahui bahwa penjualan toko Az-Zahra Collection mengalami peningkatan pada tahun 2019 sejak memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang dijual. Hasil penjualan yakni mencapai 1476 produk terjual dengan penghasilan sebanyak Rp. 73.143.000,00. Penjualan produk terbanyak terjadi pada bulan Desember dengan jumlah 194 produk terjual dengan penghasilan sebanyak Rp. 9.268.500,00. Sedangkan penjualan paling sedikit terjadi pada bulan Januari dengan jumlah sebanyak 90 produk terjual dan penghasilan sebesar Rp. 4.597.000,00.

**Tabel 5. Penjualan Produk Toko Az-Zahra Collection
Pada Tahun 2020**

No	Bulan	Jumlah Produk Yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	Januari 31	215	11.490.500
2	Februari 29	199	9.898.500
3	Maret 31	248	12.659.000
4	April 30	253	17.099.000
5	Mei 31	270	15.844.500
6	Juni 30	294	19.278.500
7	Juli 31	307	20.472.000
8	Agustus	326	23.280.500
9	September	333	32.595.500
10	Oktober	334	29.280.500
11	November	345	32.806.000
12	Desember	412	32.947.000
	JUMLAH	3.536	257.651.500

Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Pemaparan data di atas dapat diketahui bahwasanya hasil penjualan dari toko Az-Zahra Collection pada tahun 2020 semakin meningkat. Jika di lihat dari data hasil penjualan pada tahun sebelum-sebelumnya, pada tahun 2020 terjual sebanyak 3.536 produk dengan penghasilan mencapai Rp. 257.651.500,00. Penjualan produk terbanyak terjadi pada bulan Desember dengan jumlah 412 produk terjual dengan penghasilan sebanyak RP. 32.947.000,00. Sedangkan penjualan paling sedikit terjadi pada bulan Februari dengan jumlah sebanyak 199 produk terjual dan penghasilan sebesar Rp. 9.898.500,00.

Hasil yang diperoleh dari penjualan produk toko Az-Zahra Collection akan menjadi bahan untuk evaluasi kedepannya guna untuk meningkatkan hasil penjualan selanjutnya. Peningkatan ini merupakan sebuah cerminan dari keberhasilan melakukan pemasaran atau promosi menggunakan media sosial baik dari Facebook, Whatsapp, Instagram, maupun Shopee.

C. PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi dan wawancara mengenai strategi pemasaran syariah produk toko Az-Zahra Collection menggunakan media sosial untuk menarik minat konsumen serta dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, dapat diketahui bahwasanya strategi pemasaran ini sangat efektif dalam meningkatkna omset penjualan serta meningkatkan kepercayaan konsumen pada toko Az-Zahra Collection. Walaupun terdapat beberapa kekurangan yang harus diatasi dengan baik agar dapat melakukan pemasaran

secara baik dan maksimal. Setelah mengetahui pengaruh dari menggunakan strategi pemasaran tersebut maka dapat diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data dari hasil temuan dengan teori-teori yang sudah dijelaskan oleh penulis dengan beberapa poin penting sebagai berikut ini :

1. Strategi Pemasaran Syariah Produk Toko Az-Zahra Collection Melalui Sosial Media

Toko Az-Zahra Collection merupakan salah satu toko yang juga menggunakan media sosial baik itu berupa Facebook, Whatsapp, Instagram, Shopee sebagai media pemasaran produk yang dijual. Alasan toko Az-Zahra Collection menggunakan media sosial sebagai media untuk memasarkan produknya ialah karena kemudahan dan fitur/fungsi dari media sosial itu sendiri sangat berpengaruh baik terhadap hasil penjualan produk, tidak hanya itu bahkan promosi menggunakan media sosial juga praktis dan menghemat pengeluaran, serta kemudahan yang diberikan dalam mengambil gambar, video, deskripsi produk, serta beberapa fitur/fungsi lainnya. Jadi media sosial merupakan sarana yang diciptakan untuk mempermudah hubungan manusia dengan manusia lain. Dengan adanya media sosial maka manusia dapat berkomunikasi, mencari informasi bahkan bisa bertransaksi dengan banyak orang yang menggunakan media sosial.

Ketika melakukan pemasaran atau promosi menggunakan media sosial maka nantinya diharapkan akan memberikan suatu dampak yang baik misal pada meningkatnya jumlah konsumen yang membeli produk

toko Az-Zahra Collection dan dapat meningkatkan omset penjualan. Untuk itu kemudahan dalam proses pengaksesan merupakan salah satu poin penting yang diberikan oleh media sosial, baik dari Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Shopee. Sehingga siapapun nantinya juga akan dapat mengakses media sosial ini dengan mudah.

Dengan melakukan pemasaran atau promosi menggunakan media sosial maka diharapkan akan memberikan suatu dampak yang baik pada meningkatnya minat konsumen untuk membeli dan peningkatan terhadap omset penjualan. Kemudahan dalam mengakses dengan mengunggah dan memasarkan produk yang dijual merupakan salah satu hal yang dapat diberikan oleh media sosial. Sehingga toko Az-Zahra Collection dengan mudah dapat mempromosikan produknya kepada konsumen melalui fitur/fungsi dari masing-masing aplikasi yang digunakan. Dampak dari strategi pemasaran menggunakan media sosial sangat terlihat dengan semakin banyaknya konsumen yang membeli melalui pemesanan daring dan datang langsung ke toko Az-Zahra Collection, sehingga hal ini juga dapat meningkatkan omset penjualan.

Media sosial daring merupakan sebuah media dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.¹²

Kemudahan dalam proses pengaksesan maka akan berdampak pada

¹² Alan Kifau Tamara, "Strategi Pemasaran Promosi Toko Style Fashion Tulungagung Melalui Media Sosial Instagram", (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2018), 38.

luasnya jangkauan dan tentunya akan memancing respon/tanggapan dari konsumen. Terbukti dengan pemasaran yang dilakukan oleh toko Az-Zahra Collection yang sampai menjangkau masyarakat sekitar, santri, alumni, wali santri, maupun konsumen luar kota seperti Jawa Barat, Lombok, Cirebon, Tasik Malaya, Ponorogo, Yogyakarta, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali.

Sesuai dengan sebuah pernyataan yang terdapat di dalam buku karangan Hadi Purnama yang menyatakan bahwasanya media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus, diantaranya :¹³

a. Jangkauan

Daya jangkauan media sosial dari skala kecil sampai pada skala besar atau global.

b. Akseibilitas

Media sosial relatif mudah diakses karena membutuhkan keterampilan dan pelatihan khusus.

c. Aktualitas

Media sosial dapat memancing respon masyarakat secara cepat.

d. Tetap

Media sosial dapat menuliskan komentar secara instan dan mudah melakukan pengeditan.

¹³ Hadi Purnama, *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Compare and Marketing Communication*, (Jakarta: Pusat study Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 2001), 116

Jangkauan yang luas merupakan hal penting yang sangat dibutuhkan/diperlukan dalam melakukan sebuah pemasaran. Jangkauan yang luas nantinya akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan omset penjualan. Tidak hanya itu, kemudahan dalam mengakses juga menjadi salah satu poin penting dan salah satu kunci agar konsumen tertarik dan mau untuk melihat produk yang di jual. Hal ini yang nantinya akan menjadi keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis yang menggunakan jasa media sosial sebagai tempat untuk memasarkan produk yang dijual.

Dalam melakukan sebuah pemasaran maka sangat dibutuhkan penerapan dari beberapa prinsip-prinsip syariah agar usaha yang dilakukan dan dijalankan juga mendapat suatu keberkahan. Prinsip syariah juga diterapkan di toko Az-Zahra Collection dalam melakukan kegiatan pemasaran. Terbukti bahwasanya dengan pemasaran yang diterapkan dan dilakukan oleh toko Az-Zahra Collection yang mengedepankan moral, etika, dan kejujuran. Tidak hanya itu, selain itu sikap berhati-hati dalam melakukan promosi juga sangatlah penting untuk dilakukan, agar tidak ada dari salah satu pihak yang merasa dirugikan. Sesuai dengan pernyataan Ari Rachmat Sunjoto yang mengatakan bahwasanya terdapat empat karakteristik pemasaran syariah yang dapat menjadi acuan bagi para pemasar sebagaimana berikut ini :¹⁴

¹⁴ Arie Rachmat Sunjoto, “Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume I, No.2 (Desember 2011), 52-53.

a. Teistis (*Rabbaniyyah*)

Salah satu yang menjadi ciri khas pemasar syariah yang tidak dimiliki oleh pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius (*dinniyyah*). Kondisi ini tercipta dari sebuah kesadaran akan nilai religius, yang dipandang penting dan dapat mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam suatu perbuatan yang nantinya dapat merugikan orang lain.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Keistimewaan dari pemasar syariah adalah mengedepankan masalah akhlak moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatan. Sifat etis ini sebenarnya merupakan turunan dari sifat teistis sendiri. Dengan demikian pemasaran syariah merupakan konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai moral dan etika, tanpa memandang apapun agamanya. Karena nilai moral dan etika merupakan nilai yang bersifat universal, dan juga diajarkan oleh semua agama. Berperilaku baik dan sopan santun ialah merupakan suatu fondasi dasar dari inti kebaikan.

c. Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Pemasaran syariah adalah pemasar profesional yang selalu mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala bentuk aktivitas pemasaran. Pemasaran syariah tidak kaku, tidak eksklusif, melainkan sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Pemasar syariah sangat memahami

bahwasanya dalam situasi pergaulan di lingkungan yang heterogen (beraneka ragam), dengan beragam suku, agama dan ras, terdapat ajaran yang sudah diberikan oleh Allah SWT.

d. Humanistis (*Insaniyah*)

Humanistis (*Insaniyah*) adalah menjelaskan bahwasanya syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat kemewahannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dengan memiliki nilai humanistis, pemasar syariah menjadi manusia yang terkontrol dan dapat seimbang, bukan manusia yang serakah, yang bisa menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang besar. Bukan juga menjadi orang yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain dan bukan menjadi orang yang kering hatinya dengan kepedulian sosial.

Tidak hanya itu, dalam melakukan pemasaran juga terdapat etika yang harus dijaga. Hal ini juga diterapkan oleh toko Az-Zahra Collection dalam melakukan sebuah pemasaran. Pemilik toko selalu jujur dalam melakukan pemasaran baik dalam pendistribusian serta dalam melakukan promosi. Pemilik toko juga selalu bersikap adil kepada semua konsumen tanpa adanya diskriminasi (pembedaan perlakuan). Dalam melakukan promosi juga tidak pernah menyinggung toko lain, jadi pemilik toko Az-Zahra Collection percaya bahwasanya sekalipun banyak toko lain yang

juga memasarkan produk yang dijual melalui media sosial, beliau percaya bahwa rezeki setiap orang sudah di atur oleh Allah SWT.

Sesuai dengan pernyataan Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula bahwasanya terdapat Sembilan etika pemasaran yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi pemasaran syariah, di antaranya sebagai berikut :

- a. Memiliki kepribadian spiritual (*takwa*);
- b. Berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*);
- c. Berperilaku adil dalam bisnis (*Al-'Adl*);
- d. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*);
- e. Menepati janji dan tidak curang;
- f. Jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*);
- g. Tidak suka berburuk sangka (*Su'uzhzhann*);
- h. Tidak suka menjelek-jelekkkan (*Ghibah*);
- i. Tidak melakukan sogok (*Riswah*).¹⁵

Kepercayaan merupakan suatu unsur paling penting dalam sebuah pemasaran. Apabila tidak dilandasi dengan kepercayaan antara penjual dan konsumen maka transaksi jual beli tidak akan pernah terlaksana. Begitupula dalam melakukan sebuah promosi harus dapat menumbuhkan sikap percaya diri kepada konsumen. Hal paling penting dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen adalah dengan menciptakan hubungan yang baik antara penjual dan konsumen. Hal ini yang juga di

¹⁵ *Ibid.*, 53

terapkan oleh toko Az-Zahra Collection dalam melakukan hubungan baik dengan konsumen. Salah satu contoh dan cara yang dilakukan adalah dengan merespon konsumen dengan cepat.

Sesuai dengan pernyataan Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula bahwasanya salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan adalah dengan menciptakan hubungan baik antar individu. Hubungan individu merupakan suatu interaksi interpersonal dengan individu maupun organisasi yang harus dibangun dengan luas. Karena suatu kepercayaan dapat dibangun salah satunya dengan cara memperluas hubunga atau interaksi antara individu atupun kelompok.¹⁶

Suatu interaksi dapat dilakukan dengan melalui berbagai media sosial. Salah satunya dengan menggunakan dan memanfaatkan media sosial agar dapat terhubung dengan konsumen. Dalam kasus ini toko Az-Zahra Collection tidak hanya menggunakan satu jenis media sosial untuk melakukan pemasaran. Beberapa media sosial yang digunakan oleh toko Az-Zahra Collection dalam memasarkan produk yang dijual, di antaranya adalah Facebook, Whatsapp, Instagram, dan shopee. selain interaksi baik kepada konsumen, kepercayaan dapat tumbuh dengan media foto, video, informasi yang dapat dilihat oleh konsumen. Dengan foto, video, dan informasi mengenai barang yang dijual secara *real*/nyata maka akan menambah kepercayaan konsumen. Hal ini juga dilakukan oleh pemilik toko Az-Zahra Collection yaitu dengan mempromosikan foto, video,

¹⁶ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 67.

keadaan *real/nyata* barang yang dijual di toko, serta informasi lengkap dari barang yang dijual.

Penggunaan foto, video, atau informasi lainnya merupakan hal penting karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan menggunakan media sosial ini maka konsumen dapat mengetahui produk yang dijual, sehingga konsumen akan yakin dengan produk yang ditawarkan.

Tidak hanya itu, penyertaan informasi yang rinci dan jelas sangat penting untuk dilakukan, mulai dari nama produk, deskripsi produk, ukuran produk, pilihan warna, dan harga. Konsumen sangat membutuhkan informasi yang jelas mengenai informasi produk yang dijual maupun cara memesan suatu barang. Hal ini merupakan poin penting yang sangat berguna untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Informasi yang baik akan dapat diterima dengan baik juga oleh konsumen. Hal ini juga diterapkan oleh toko Az-Zahra Collection dalam melakukan pemasaran melalui media sosial.

Penyertaan informasi yang sesuai dengan kenyataan juga akan membantu terhadap peningkatan kepercayaan konsumen. Selain itu informasi yang lengkap juga akan berpengaruh pada peningkatan kepercayaan. Dengan informasi yang benar juga akan sangat berpengaruh. Oleh karena itu dalam setiap melakukan kegiatan pemasaran sangat membutuhkan penyertaan informasi mengenai barang yang akan dijual.

2. Hasil Penjualan Toko Az-Zahra Collection Menggunakan Media Sosial

Penjualan merupakan suatu rangkaian transaksi mengenai penjualan barang atau jasa, baik secara tunai maupun secara kredit. Dapat disimpulkan bahwasanya penjualan merupakan suatu bagian dari pemasaran atau transaksi dari penjual kepada konsumen baik itu berupa barang, ataupun jasa. Hasil dari sebuah penjualan ini merupakan tolak ukur dari keberhasilan pemasaran atau promosi. Hasil penjualan yang diperoleh oleh toko Az-Zahra Collection yang semakin meningkat, dengan menggunakan strategi pemasaran syariah toko Az-Zahra Collection telah mampu meningkatkan dan mengembangkan penjualannya dalam beberapa tahun terakhir ini. Dapat disimpulkan bahwa proses dari penjualan menggunakan media sosial merupakan pemasaran yang efektif bagi toko-Az Zahra Collection. Strategi yang telah diterapkan dalam melakukan promosi juga terlihat efektif dengan adanya peningkatan pada hasil penjualan. Penulis dapat memaparkan mengenai data dari toko Az-Zahra Collection yang menyatakan peningkatan hasil penjualan dari tahun 2018 sampai tahun 2020.

Tabel 6. Hasil Penjualan Toko Az-Zahra Collection**Tahun 2018-2020**

No	Tahun	Jumlah Produk Yang Terjual	Total Penjualan Tunai
1	2018	761	46.397.000
2	2019	1.476	73.143.000
3	2020	3.536	257.651.500

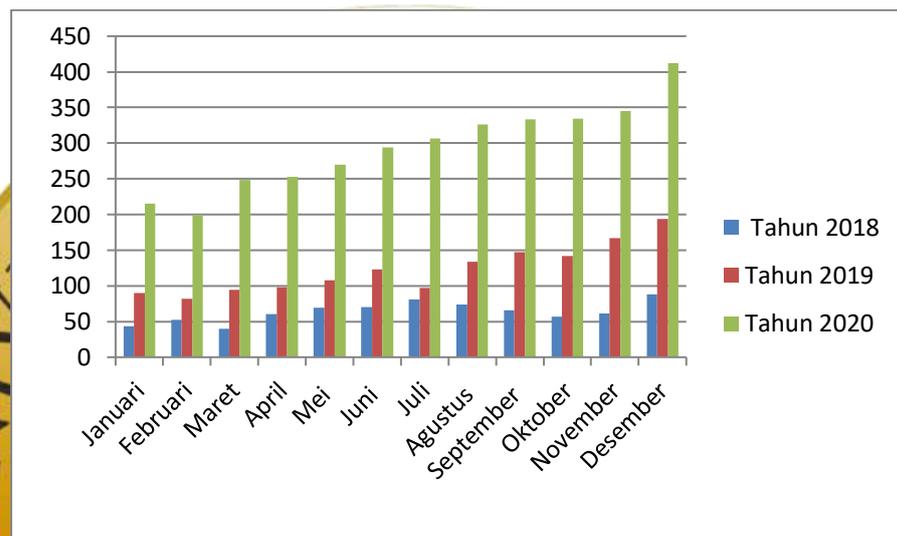
Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Dari paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pada penjualan toko Az-Zahra Collection dari tahun 2018 sampai tahun 2020. Pada tahun 2018 terjual 761 produk dengan penjualan tunai sebesar Rp. 46.397.000,00. Pada tahun 2019 toko Az-Zahra Collection mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan barang yang dijual sehingga pada tahun 2019 terjadi peningkatan hasil penjualan, 1.476 produk terjual dengan hasil penjualan tunai sebesar Rp. 73.143.000,00. Sedangkan pada tahun 2020 penjualan produk mencapai 3.536 produk yang terjual dengan penjualan tunai sebesar Rp. 257.651.500,00.

Adapun hasil keseluruhan penjualan toko Az-Zahra Collection perolehannya mencapai 5.773 produk terjual dengan penjualan tunai sebesar Rp. 377.191.500,00. Hal ini menunjukkan bahwasanya pemasaran yang dilakukan oleh toko Az-Zahra Collection sudah efektif dalam meningkatkan hasil penjualan produk serta dapat meningkatkan daya

minat konsumen untuk membeli produk yang tersedia dan dijual oleh toko Az-Zahra Collection. Adapun gambar grafik penjualan toko Az-Zahra Collection ialah sebagaimana berikut:

Gambar 8. Grafik Hasil Penjualan Toko Az-Zahra Collection dari Tahun 2018-2020



Sumber : Toko Az-Zahra Collection

Hal ini terjadi selisih peningkatan penjualan, pada tahun 2018-2019 terjadi selisih penjualan sebesar 715 produk dengan selisih penjualan tunai sebesar Rp. 26.746.000,00. Sedangkan pada tahun 2019-2020 selisih penjualan mencapai 2.060 produk dengan selisih penjualan tunai sebesar Rp. 148.508.500,00. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh toko Az-Zahra Collection sudah efektif dalam meningkatkan minat pasar sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan produk.