

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Usaha

a) Ferha Store

Ferha Store merupakan bisnis online yang dijalankan oleh salah satu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang saat ini menempuh perkuliahan di semester 8, yaitu Ferri Hariani yang beralamatkan di Jl. Sultan Agung Gang 3 RT. 01 RW.05 Dusun Kedungsingkal Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Adapun jenis bisnis online yang Ferri lakukan adalah bisnis salad buah serta bisnis catering.

Bisnis salad buah ini sudah dimulai oleh Ferri ketika masih menjadi mahasiswa tepatnya pada tahun 2019. Adapun alasannya adalah karena pada awalnya ia mendapatkan salah satu tugas mata kuliah kewirausahaan dan ia berfikir untuk merintis bisnis apa yang tidak hanya untuk tugas mata kuliah saja, namun bisa berkelanjutan. Bisnis yang Ferri jalani pun berkelanjutan, jadi Ferri merintis usaha salad buah dan satu tahun kemudian bisnis catering.

Bisnis catering yang ia jalani pada awalnya juga bukan merupakan rencana yang ia duga, karena bisnis catering ini bermula dari permintaan tolong dari teman – temannya untuk handle konsumsi di salah satu acara yang di adakan di

kampus, dan mulai dari itu banyak sekali yang suka dengan masakannya. Dan akhirnya Ferri menekuni bisnis ini sampai bisa berkembang sampai saat ini. seperti yang dikatakan sebagai berikut :

“kalau bisnis salad buah itu aku mulai semester 4 yang tepatnya pada tahun 2019. Kalau catering itu baru mulai tahun 2020. Jadinya bertahap, salad buah dahulu baru catering.

Sebenarnya dulu itu aku menjalankan usaha terpaksa pada awalnya. Karena dulu kan ada mata kuliah kewirausahaan di kelas, nah disitu aku berfikir untuk punya usaha apa. Sedangkan temen – temenku itu udah punya usaha sendiri – sendiri yang jadi reseller kayak gitu. Aku itu pengennya punya usaha sendiri. Akhirnya aku memutuskan untuk menjadi reseller salad buah dulu. Nah, disitu aku ketahuan sama temenku kalau aku itu menjadi reseller. Akhirnya besoknya itu aku langsung belanja buah sendiri, belanja bahan – bahan yang lain sendiri. Tapi awalnya bahan – bahannya itu aku masih meniru owner yang aku jadi reseller itu. Terus seiring berjalannya waktu akhirnya aku bikin mayones sendiri dan mayones itu yang jadi ciri khas salad buahku.

Untuk jasa catering itu karena kan kebanyakan teman saya dari mahasiswa juga, nah itu setiap ada acara itu dipasrahkan ke aku yang kurang lebih tau masalah makanan. Nah, disitu dari pada aku pesen, lebih baik aku bikin sendiri aja. Nah, disitu jadi banyak temen – temen yang merasa cocok dengan masakan cateringku, jadi akhirnya tak lanjutin terus sampek sekarang ini.”¹

Adapun mekanisme jual beli yang digunakan oleh Ferha Store untuk memudahkan konsumennya adalah dengan menggunakan pemesanan H – 1. Jadi bagi semua konsumennya yang mau pesan harus satu hari sebelumnya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi hal – hal yang tidak diinginkan, seperti kehabisan stok

¹ Wawancara dengan Ferri Hariani selaku pemilik bisnis online Ferha Store pada tanggal 31 Maret 2021 Pukul 19.13 WIB

ataupun saat barang belum siap. Dan proses pemesanan H – 1 ini menurut Ferri sangatlah efisien.

Mengenai pengiriman barang, dulu Ferri masih menyanggupi untuk menggunakan COD, namun lama – kelamaan ia memberitahukan kepada konsumennya bahwa ia tidak melayani COD, jadi barang bisa di ambil di rumah atau diantar lewat kurir.

Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ferri sebagai berikut :

“mekanisme yang aku gunain itu pemesanan H – 1. Aku buat gini karena biar akunya ndak tergesa – gesa juga bikinnya dan nggak kurang ataupun kebanyakan juga. Karena nanti kalau nggak pemesanan H – 1 takutnya ada yang kecewa karena barangnya habis gitu, ya buatantisipasi dan aku juga enak gitu. Terus dulu itu aku masih menerima COD gitu, tapi tak pikir lama – lama kok capek gitu ya, terus akhirnya aku bilang ke konsumen aku, kalau ambil pesenan bisa dirumah, atau nggak nanti bisa pakek kurir.”²

b) Shona Grosir & Retail

Shona Grosir dan Retail ini merupakan bisnis online yang dijalankan oleh salah satu mahasiswa Jurusan Psikolog Islam Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah yang saat ini menempuh perkuliahan di semester 8, yaitu Itut Aryanti yang beralamatkan di Jl. Salak No. 9B Desa Pelem Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Adapun jenis bisnis online yang Itut lakukan adalah bisnis jilbab serta pakaian.

² Ibid

Bisnis Shona Grosir & Retail yang dilakukan oleh Itut ini sebenarnya sudah dimulai ketika Itut masih berada di Sekolah Menengah Utama. Namun sebenarnya dibalik itu ia sudah menggeluti dunia jual beli ketika Itut masih duduk di bangku Sekolah Dasar. Namun ia baru berinisiatif membuat nama sendiri dan bisnis sendiri itu ketika ia di bangku SMA kelas 3 saat akan menjadi mahasiswa. Jadi bisa dibilang bahwa sedari kecil Itut sudah gemar melakukan jual beli dan ia lakukan samapi dengan saat ini. Hal itu ia lakukan sampai dengan menjadi mahasiswa seperti saat ini. Berikut penuturannya :

“aku mulai menekuni Shona Grosir ini ketika aku masih di SMA. Tapi sebenarnya aku itu sudah suka jual beli dari aku masih SD, terus lanjut SMP. Tapi waktu itu aku hanya ngelakuin hobi aku aja sebenarnya. Waktu SMP itu aku jual kayak bros gitu, kan dulu sempet tren itu. Terus waktu SMA aku mikir masa iya aku mau jualan bros lagi. Akhirnya kepikiran waktu itu kan waktu SMA banyak yang pakek jilbab, terus akhirnya aku mutusin buat jualan jilbab.

Awal aku jualan jilbab itu aku masih ambil di orang atau masih jadi reseller. Terus aku liat orang – orang begitu mau dan minat dengan yang saya jual yaudah disitu aku berinisiatif beli kain sendiri dan di jahitkan kepada orang. nah dari situ saya merasakan mendapatkan laba lebih banyak dari pada saya ambil di orang. dan dari situ juga akhirnya saya inisiatif membeli mesin jahit sendiri dan menjahit sendiri. Dan akhirnya saya produksi sendiri, jual sendiri, dan laba saya semakin banyak.”³

Adapun mekanisme jual beli yang diterapkan oleh Itut di Shona Grosir & Retail itu menyesuaikan. Jika orang yang memesan

³ Wawancara dengan Itut Aryanti selaku pemilik bisnis Shona Grosir & Retail pada tanggal 08 April 2021 Pukul 14.30 WIB

itu kenal baik atau memang sudah menjadi reseller yang memang bisa di percaya, maka ia bisa melakukan pemesanan lebih dahulu dan memberikan uang selagi barang sudah datang. Dan pesanan yang dilakukan oleh sebanyak apapun yang reseller itu pesan, meskipun itu harganya jutaan. Tetapi kalau yang pesan masih konsumen yang sekiranya mencurigakan atau konsumen yang memang baru beli di Itut, maka konsumen tersebut harus mentransfer uang terlebih dahulu dan baru bisa mengirimkan barangnya kemudian hal itu ia lakukan untuk meminimalisir adanya kerugian. Berikut penuturan dari Itut :

“kalau mekanisme pemesanan saya itu menyesuaikan. Kalau misal itu yang beli temen deket banget yang saya kenal baik, itu gapapa keep aja dulu nggak usah transfer kalau memang belum ada uang. Itu berlaku kalau temen dan reseller saya yang memang saya percaya banget itu bisa kepp langsung 1 juta. Tapi kalau pelanggan baru atau sama pelanggan yang sekiraku mencurigakan ya itu nanti transfer dulu gitu, baru aku bisa kirim. Aku buat gitu karena kau takut nanti orang – orang banyak cancelnya. Aku jual barangnya itu ada barang yang ready, dan ada barang yang keep juga ada.”⁴

Adapun jasa pengiriman yang ditawarkan oleh Shona Grosir & Retail ini adalah menyesuaikan keinginan konsumennya. Kalau semisal konsumennya menginginkan pengiriman yang harganya murah, nanti akan dipikirkan pengiriman yang murah dengan konsekuensi waktu yang lebih lama. namun jika konsumennya menginginkan pengiriman yang cepat, maka Itut bisa memberikan

⁴ Ibid.

pengiriman yang cepat dengan konsekuensi harga yang sedikit mahal.

Namun, ekspedisi yang biasa Itut gunakan adalah pos, J&T, dan J&E. terkadang Itut juga masih bisa melayani COD kalau selagi tidak ada kendala apapun. Kalau pengiriman untuk ke luar pulau Jawa, biasa Itut menggunakan pengiriman pada jasa kurir via pesawat. Hal itu karena menurutnya dengan itu menggunakan pengiriman tersebut harga yang ditawarkan bisa sedikit murah. Hal ini disampaikan oleh Itut sebagai berikut :

“ kalau kirim barangnya saya biasanya menyesuaikan keinginan pelanggan saya. Kalau pelanggannya mau yang murah ya nanti dicarikan yang murah, kalau mau yang cepet, nanti juga dicarikan yang cepat juga dengan konsekuensi harga yang lebih mahal juga. Kalau ke luar kota itu biasanya aku pakeknya pos, J&t, sama J&E. kalau luar pulau saya pakeknya jasa titip. Jadi kalau jasa titip itu saya arahkan dulu ke Surabaya. Lalu jalur laut itu dengan harga pengiriman itu murah dari pada jasa kurir yang pakek pesawat. Kalau COD saya masih mampu dan saya juga suka kesana kemari dan itu nggak menjadi beban buat saya kalau selagi saya ada waktu luang pasti saya mau COD. Kalau ke luar jawa biasanya aku kirimnya ke Manukwari, Sumatera, Papua, Kalimantan, Sulawesi. Jadi sekali order itu bisa sampek 3 juta gitu.”⁵

c) Galeri Organizer

Galeri Organizer merupakan bisnis online yang dijalankan oleh salah satu mahasiswa Jurusan Hukum Keluarga Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yang saat ini menempuh perkuliahan di semester 4, yaitu Aminatus Zahro yang

⁵ Ibid.

beralamatkan di Dusun Leksono RT. 02 RW. 03 Desa Bendil Jati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Adapun jenis bisnis online yang Amina lakukan adalah barang – barang kebutuhan sehari – hari, seperti mukena, dompet, baju, alat memasak, bunga, tas, maupun yang lainnya.

Bisnis Galeri Organizer yang ditekuni oleh Amina ini sudah dilakukan semenjak ia masih menginjak bangku SMA dan dilakukan sampai dengan menjadi mahasiswa seperti saat ini. Adapun alasan Amina menjalankan bisnis Galeri Organizer ini adalah karena ia suka berbisnis. Amina menjalankan bisnis online dimulai dengan ia menjadi seorang reseller dan akhirnya bisa menjadi owner seperti saat ini. Berikut penuturannya :

“aku mulai menjalankan bisnis kurang lebih 5 tahun yang lalu. Kalau nggak salah mulai MTs kelas 3. Kurang lebih tahun 2016. Awalnya aku itu suka banget jualan. Awalnya itu aku jadi reseller jilbab yang ada di Plosokandang. Terus habis aku jadi reseller itu aku jadi pengen punya usaha sendiri. Dulu aku memulai bisnis ini sendiri, tapi permodalan tetep dari orang tua. Dulu itu sama orang tua kalau nggak salah dikasih modal kira kira 500 ribu rupiah, karena kan kalau jilbab kan ndak usah terlalu banyak gapapa, karena harganya jilbab sendiri kan cenderung ndak terlalu mahal juga.”⁶

Adapun mekanisme transaksi yang ditawarkan oleh Galeri Organizer ini adalah dengan system PO (*Pre order*) atau keep barang terlebih dahulu. Jadi para konsumen yang ingin berbelanja di Galeri Organizer itu bisa meng-kepp dulu barang yang

⁶ Wawancara dengan Aminatus Zahro selaku pemilik bisnis online Galeri Organizer pada tanggal 02 April 2021 Pukul 09.00 WIB

diinginkan, dan akan dikirim sekitar 5 sampai dengan 7 hari. Amina menggunakan system kepp karena ini juga merupakan salah satu hal yang ia gunakan agar dapat meminimalisir barang yang dijualnya banyak yang tidak laku. Jadi setelah beberapa konsumen atau resselernya memesan barang, Amina akan merekap pesanan dan akan dikirim. Mengenai system pembayaran, Amina menawarkan cash, transfer, maupun lewat kurir. Dan pembayaran yang dilakukan itu bisa dilakukan jika barang yang dipesan sudah datang. Berikut penuturannya :

“system yang aku gunain itu system keep dulu, atau PO. Jadi ketika ada orderan baru kita pesankan. Mungkin kalau dibuat stok itu hanya beberapa barang aja. Aku gunain system itu karena juga buat meminimalisir kalau barang aku yang nggak laku banyak. Jadi setelah ada beberapa customer atau resseler aku yang pesan, itu aku rekap dulu, terus aku pesankan di supliernya. Biasanya sekitar 5 sampai 7 hari barangnya udah datang. kalau system pembayarannya bisa cash, bisa transfer, bisa lewat kurir juga. Dan pembayarannya kalau di aku itu setelah semua barang datang.”⁷

Adapun jasa pengiriman yang ditawarkan oleh Galeri Organizer biasanya menggunakan jasa ekspedisi. Alasan Amina menggunakan jasa ekspedisi adalah karena dengan menggunakan itu bisa melakukan COD atau bayar ditempat. Namun seiring berjalannya waktu dan juga Galeri Organizer juga semakin berkembang, maka Amina juga menggunakan jasa J&T. berikut penuturan Amina :

⁷ Ibid.

“jasa pengiriman aku biasanya pakek jasa ekspedisi, karena kan kalau pakek itu bisa COD dan bayar ditempat. Dan sekarang jangkauan wilayahnya juga udah luas juga. Selain itu aku juga pakek j&t juga.”⁸

d) Sarung Barokah dan Dee.id.palugada

Sarung Barokah dan Dee.id.palugada adalah bisnis online yang dijalankan oleh salah satu mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang saat ini menempuh perkuliahan di semester 8, yaitu Dewi Indra Wahyuni, yang beralamatkan di RT. 04 RW. 01 Dusun Joho Desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Adapun jenis bisnis online yang Dewi lakukan adalah barang – barang kebutuhan kerohanian, seperti mukena, sarung, dan juga mahar pernikahan.

Bisnis Sarung Barokah dan Dee.id.palugada ini dilakukan oleh Dewi saat ia menjadi mahasiswa yang tepatnya pada tahun 2019 dan dilanjut tahun 2020. Pada bulan Mei tahun 2019, Dewi memulai bisnis pertama yaitu Sarung Barokah. Di Sarung Barokah ia menjual berbagai kebutuhan sarung seperti sarung santri, sarung mbak santri, dan sarung goyor saja. Selain itu ia juga menjual sarung – saraung yang banyak sekali diminati oleh para remaja atau sarung – sarung kekinia. Namun seiring berjalannya waktu, tepatnya pada bulan Juli tahun 2020 banyak sekali Dewi pertanyaan – pertanyaan mengenai mukena. Dan karena berbagai

⁸ Ibid.

pertimbangan akhirnya ia menjual berbagai mukena yang diproduksinya sendiri dengan berbagai model yang bisa di request oleh konsumennya. Berikut penuturannya :

“aku mulai bisnis itu tahun 2019. Awalnya itu aku jualnya sarung saja. Itu tepatnya bulai mei waktu itu. Terus dulu itu masih sarung santri dan mbak santri, terus sarung goyor. Terus lama – kelamaan ada yang menanyakan mengenai mukena. Itu masih baru kok, tahun 2020 bulan juli. dan itu saya cari supplier kan juga susah, akhirnya saya memutuskan untuk jahit sendiri. Jadi itu bahannya dari saya, trus untuk jahitnya saya kirim ke penjahit. Jadi customer saya itu bisa request model apapun dengan harga yang bisa dibilang lebih murah. awalnya mukena itu aku ambil di supplier gitu kan, di ndalem pondok. Terus lama kelamaan juga banyak request dari temen – temenku, jadi kan aku harus usaha sendiri, jadi saya bikin aja mukena sendiri itu.”⁹

Adapun alasan Dewi menjalankan bisnis Sarung Barokah ini adalah karena awalnya ia hanya iseng saja, dan ternyata malah banyak sekali yang minat dengan sarung – sarungnya. Jadi dari situ ia mulai niat untuk memulai bisnis Sarung Barokah ini. Sedangkan Dee.id palugada ini ia tekuni karena banyak sekali pesanan dari konsumen yang menginginkan berbagai motif dan bahan yang diinginkan. Disisi lain, Dewi juga sudah mengetahui beberapa toko yang dinilainya bagus yang dapat dijadikan sebagai kain mukena dan pastinya dengan kualitas yang bagus juga.

Bisnis Sarung Barokah dan Dee.id.palugada ini mendapatkan banyak sekali pesanan yang rata – rata ia dapat dari latar belakang

⁹ Wawancara dengan Dewi Indra Wahyuni selaku pemilik bisnis online Sarung Barokah dan Dee.id.palugada pada tanggal 02 April 2021 Pukul 11.00 WIB

pondok pesantren. Selain itu, Dewi juga bermukim di sebuah asrama putri yang ada di Tulungagung yang membuat bisnisnya semakin lancar karena latar belakang yang sama. Namun tidak hanya yang berlatar pondok pesantren saja, namun juga banyak pesanan mukena yang ia dapat dari para resselernya. Mukena yang ia tawarkan pun juga beragam kain serta model yang di produksi. Adapun penuturan dari Dewi adalah sebagai berikut :

“alasan saya bisnis ini itu, awalnya iseng aja sih, dan ternyata kok banyak yang minat, jadi saya niat banget buat ngejalanin bisnis ini. dari dulu pas waktu masih di pondok dulu itu aku yang sering diutus untuk belanja ini, belanja itu. Dan aku itu dipercaya buat belanja kain – kain di Tulungagung, kayak waktu mau hafiah gitu juga aku yang dipercaya. Nah dari situ aku tau chanel – chanel kain gitu, dan akhirnya temen – temen jadi memberikan kepercayaan ke aku. Kayak meskipun aku udah boyong dari pondok, banyak temen – temen pondok yang kayak titip – titip apa gitu ke aku. Dari situ sarung – sarungku, mukena itu yang beli juga temen – temen pondok, temen – temen kuliah, trus temen – temen asrama juga. Kan selama kuliah itu aku mukim di asrama Al – Hikmah, dan banyak juga temen – temen yang minat. Intinya ndak terkhusus hanya pondok saja.”¹⁰

Adapun mekanisme jual beli yang digunakan oleh Dewi adalah dengan cara meng-kepp barang terlebih dahulu serta chat admin terlebih dahulu. Konsumen bisa chat admin untuk menanyakan stok barang terlebih dahulu. Kalau semisal barang yang diminta itu sudah ready, maka barang bisa langsung dikirim dnegan mengirimkan alamat lengkap serta jasa pengiriman yang

¹⁰ Ibid.

dipilih. Kalau transaksi yang dilakukan sudah mencapai persetujuan, maka konsumen bisa transfer terlebih dahulu dan barang akan dikirim setelahnya jika konsumen sudah mengirimkan bukti transfer. Jika barang yang dikirimkan kepada konsumen rusak atau mengalami kecacatan pada barang, maka barang akan diganti dengan yang lain. Seperti yang dijelaskan oleh Dewi berikut ini :

caranya pemesanannya adalah dengan meng-kepp barang terlebih dahulu serta chat admin. Missal mau pesen itu ya tanya atau chat ke admin tanya stok dulu. Kalau missal stok nya ada ya langsung bisa kirim alamat. Kalau ndak ngirim alamat sampai beberapa hari ya ndak saya hubungi lagi. Karena yang tanya kan juga buanyak. Jadi ya siapa cepat dia dapat gitu aja. Dan jika sudah fiks itu mereka transfer dulu. Kalau mereka ndak tranfer dulu aku nggak berani ngemas. Jadi syaratnya harus transfer dulu baru aku kemas serta mengirimkan bukti transfer terlebih dahulu. Missal ndak sampai atau barang cacat maka barang, maka kami yang akan bertanggung jawab.”¹¹

Untuk system pengiriman, Sarung Barokah dan Dee.id.palugada ini menggunakan beberapa jasa. Adapun jasa yang ditawarkan antara lain seperti kirim menggunakan pos, J&T, serta COD wilayah Tulungagung saja. Namun Dewi juga menyanggupi jika ada yang ingin mengambil barang langsung kerumahnya. Seperti penuturannya sebagai berikut :

“system penjualan aku itu bisa ambil dirumah atau kirim pakek pos dan j&t saja. Biasanya kalau yang pesan masih di lingkup wilayah Tulungagung ya saya siap

¹¹ Ibid.

*melayani COD, selama itu bisa terjangkau sama saya.*¹²

2. Data Penjualan

Data penjualan disini terdiri dari 12 bulan, yaitu pada bulan November 2019 sampai dengan bulan Oktober 2020.

a) Ferha Store

Tabel 4.1
Penjualan Ferha Store November 2019 – Oktober 2020

No.	Bulan	Pendapatan
1.	November 2019	Rp 715.000
2.	Desember 2019	Rp 730.500
3.	Januari 2020	Rp 325.000
4.	Februari 2020	Rp 415.000
5.	Maret 2020	Rp 375.500
6.	April 2020	Rp 0
7.	Mei 2020	Rp 0
8.	Juni 2020	Rp 195.000
9.	Juli 2020	Rp 225.500
10.	Agustus 2020	Rp 215.500
11.	September 2020	Rp 257.500
12.	Oktober 2020	Rp 270.000

Sumber : Data diolah tahun 2021

¹² Ibid.

b) Shona Grosir & Retail

Tabel 4.2
Tabel Penjualan Shona Grosir & Retail November 2019 – Oktober 2020

No.	Bulan	Pendapatan
1.	November 2019	Rp 728.500
2.	Desember 2019	Rp 875.500
3.	Januari 2020	Rp 595.000
4.	Februari 2020	Rp 650.500
5.	Maret 2020	Rp 715.000
6.	April 2020	Rp 421.000
7.	Mei 2020	Rp 570.000
8.	Juni 2020	Rp 585.000
9.	Juli 2020	Rp 602.500
10.	Agustus 2020	Rp 735.000
11.	September 2020	Rp 615.000
12.	Oktober 2020	Rp 627.000

Sumber : Data diolah tahun 2021

c) Galeri Organizer

Tabel 4.3
Tabel Penjualan Galeri Organizer November 2019 – Oktober 2020

No.	Bulan	Pendapatan
1.	November 2019	Rp 7.200.000
2.	Desember 2019	Rp 7.500.000

3.	Januari 2020	Rp 7.275.500
4.	Februari 2020	Rp 6.957.000
5.	Maret 2020	Rp 6.673.000
6.	April 2020	Rp 4.650.500
7.	Mei 2020	Rp 4.100.000
8.	Juni 2020	Rp 4.250.000
9.	Juli 2020	Rp 5.315.000
10.	Agustus 2020	Rp 5.520.000
11.	September 2020	Rp 5.825.000
12.	Oktober 2020	Rp 6.115.000

Sumber : Data diolah tahun 2021

d) Sarung Barokah dan Dee.id.palugada

Tabel 4.4
Tabel Penjualan Sarung Barokah dan Dee.id.palugada
November 2019 – Oktober 2020

No.	Bulan	Pendapatan
1.	November 2019	Rp 356.000
2.	Desember 2019	Rp 450.000
3.	Januari 2020	Rp 412.500
4.	Februari 2020	Rp 385.000
5.	Maret 2020	Rp 378.500
6.	April 2020	Rp 253.000
7.	Mei 2020	Rp 232.000
8.	Juni 2020	Rp 195.000
9.	Juli 2020	Rp 220.000
10.	Agustus 2020	Rp 275.500

11.	September 2020	Rp 325.000
12	Oktober 2020	Rp 330.000

Sumber : Data diolah tahun 2021

B. Temuan Penelitian

1. Perkembangan bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN

Tulungagung

Bisnis online shop saat ini bisa dibidang menjadi bisnis yang paling banyak diminati oleh mahasiswa. Perkembangannya dalam setiap tahun mengalami perkembangan. Adapun jumlah data mahasiswa IAIN Tulungagung yang menjalankan bisnis sebagai berikut :

Tabel 4.5
Jumlah mahasiswa yang melakukan bisnis tahun 2015

No.	Tahun	Jumlah Bisnis		Jenis Bisnis
		Online	Offline	
1.	2015	200	50	Makanan, baju, sepatu
2.		170	50	Baju, jilbab, asesoris
3.		250	60	Tas, jilbab, asesoris, makanan
4.		180	30	Baju, mukena, tas, kaos kaki, sepatu
5.		150	50	Kosmetik, jasa print, baju, jilbab, sepatu, sandal
6.		225	40	Aseesoris, skincare, makanan
7.		250	50	Makanan, baju, jilbab, asesoris

8.		230	80	Case hp, baju, jilbab, sepatu
9.		220	50	Baju, jilbab, kosmetik, asesoris, sepatu, sandal
10.		150	75	Tas, sepatu, sandal, skincare, jaket, baju, jilbab

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa angkatan tahun 2015, data diolah tahun 2021

Dari data 4.5, dapat di ketahui bahwa pada tahun 2015 mahasiswa yang menjalankan bisnis sekitar kurang lebih 258 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang menjalankan bisnis online sebanyak 203 orang dan mahasiswa yang menjalankan bisnis offline sebanyak 55 orang. adapun jenis bisnis yang dilakukan adalah dengan menjual berbagai kebutuhan seperti jilbab, baju, makanan, tas, asesoris, maupun kebutuhan yang lainnya.

Tabel 4.6
Jumlah mahasiswa yang menjalankan bisnis tahun 2016

No.	Tahun	Jumlah bisnis		Jenis Bisnis
		online	offline	
1.	2016	550	150	Sabun kecantikan, jajan, minuman kekinian, baju, jilbab
2.		350	50	Asesoris, case hp, jasa print, baju
3.		500	120	Kosmetik, jilbab,

				sepatu, tas
4.		400	75	Makanan, minuman, baju, asesoris, sarung
5.		250	50	Baju, jilbab, asesoris, tas, sepatu
6.		300	50	Jasa print, jilbab, baju, sepatu, tas
7.		200	70	Kosmetik, makanan, minuman, peralatan rumah tangga
8.		320	100	Baju, tas, sandal, sepatu, jilbab
9.		350	70	Skincare, jilbab, sepatu, tas
10.		300	50	Jasa print, desain grafis, makanan, minuman

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa angkatan tahun 2016, data diolah tahun 2021

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan bisnis online pada tahun 2016 sebanyak kurang lebih 430 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang melakukan bisnis secara online sebanyak 352 mahasiswa dan mahasiswa yang melakukan bisnis secara offline sebanyak 78 mahasiswa. Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2015. Adapun jenis bisnis yang dilakukan mahasiswa pada tahun 2016 adalah dengan menjual kosmetik, makanan, minuman, jilbab, baju dan juga jasa print.

Tabel 4.7
Jumlah mahasiswa yang menjalankan bisnis tahun 2017

No.	Tahun	Jumlah Bisnis		Jenis Bisnis
		Online	Offline	
1.	2017	650	150	Makanan, baju, jilbab
2.		600	100	Kosmetik, desain grafis, MUA
3.		450	50	Sarung, mukena, gamis, mahar
4.		500	100	Jasa print, jilbab, baju, asesoris, kosmetik
5.		480	180	Sabun kecantikan, baju, mukena, peralatan rumah tangga
6.		550	200	Masker, helm, baju, jaket, jilbab
7.		600	150	Asesoris, kosmetik, makanan, minuman
8.		680	125	Bunga, dompet, tas, baju, sandal, sepatu, kosmetik
9.		700	100	Peralatan rumah tangga, makanan, jasa print, baju, jilbab
10.		650	125	Jilbab, baju, sepatu, tas, sandal, barang – barang kekinian

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa angkatan tahun 2017, data diolah tahun 2021

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan bisnis online pada tahun 2017 sebanyak kurang lebih 714 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang melakukan bisnis secara online sebanyak 586 mahasiswa dan mahasiswa yang melakukan bisnis secara offline

sebanyak 128 mahasiswa. Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2016. Adapun jenis bisnis yang dilakukan mahasiswa pada tahun 2017 adalah dengan menjual makanan, minuman, baju, jilbab, skincare, jasa print, jasa desain grafis, serta MUA.

Tabel 4.8
Jumlah mahasiswa yang melakukan bisnis tahun 2018

No.	Tahun	Jumlah Bisnis		Jenis Bisnis
		Online	Offline	
1.	2018	750	250	Skincare, baju, makanan, minuman
2.		800	300	Vapor, skincare, jaket, sarung, jilbab
3.		550	150	Pulsa, print, jasa PPT, laundry
4.		600	180	Baju, kosmetik, asesoris, masker, jilbab
5.		825	200	Baju, jilbab, skincare, tas, sepatu, makanan
6.		750	150	Makanan, minuman, sarung santri, mukena, mahar
7.		625	125	Jilbab, baju, sandal, sepatu, tas, case hp
8.		650	175	Jastip, makanan, jilbab, baju, sarung
9.		770	130	Skincare, pakaian, jasa print, vapor

10.		600	170	Makanan, vas bunga, kosmetik, jilbab, tas, sepatu
-----	--	-----	-----	---

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa angkatan tahun 2018, data diolah tahun 2021

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan bisnis online pada tahun 2018 sebanyak kurang lebih 875 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang melakukan bisnis secara online sebanyak 692 mahasiswa dan mahasiswa yang melakukan bisnis secara offline sebanyak 183 mahasiswa. Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2017. Adapun jenis bisnis yang dilakukan mahasiswa pada tahun 2017 adalah dengan menjual berbagai kebutuhan rumah tangga, kosmetik, baju, makanan, minuman, vapor, pulsa, jasa print, jasa PPT.

Tabel 4.9
Jumlah mahasiswa yang menjalankan bisnis tahun 2019

No.	Tahun	Jumlah Bisnis		Jenis Bisnis
		Online	Offline	
1.	2019	900	500	Masker kecantikan, jilbab, asesoris, tas
2.		800	250	Baju, jilbab, kosmetik, sepatu, desain grafis
3.		850	150	Jaket, vapor, baju kekinian, makanan kekinian, kosmetik
4.		750	300	Skincare, jasa print, baju, jilbab, asesoris
5.		950	325	Jilbab, sepatu, tas, baju,

				asessoris
6.		1.020	380	Dompot, tas, mukena, gamis, skincare
7.		930	220	Jilbab, baju, sepatu, case hp, jastip, kosmetik
8.		850	250	Skincare, baju, jilbab, mukena, sarung
9.		900	250	Sepatu, sandal, makanan, minuman, dompet, baju
10.		800	200	Masker wajah, jasa print, jilbab, baju, asessoris

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa angkatan tahun 2019, data diolah tahun 2021

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan bisnis online pada tahun 2019 sebanyak kurang lebih 1.157 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang melakukan bisnis secara online sebanyak 875 mahasiswa dan mahasiswa yang melakukan bisnis secara offline sebanyak 282 mahasiswa. Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2018. Adapun jenis bisnis yang dilakukan mahasiswa pada tahun 2018 adalah dengan menjual masker kecantikan, sarung, mukena, baju, jilbab, dompet, tas, maupun yang lainnya.

Tabel 4.10
Jumlah mahasiswa yang melakukan bisnis tahun 2020

No.	Tahun	Jumlah Bisnis		Jenis Bisnis
		Online	Offline	
1.	2020	2.000	500	Kosmetik, jilbab, baju, sepatu

2.		1.000	500	Jasa print, desain, baju, jilbab, makanan
3.		950	300	Keperluan rumah tangga, mukena, jilbab, baju
4.		900	450	Jasa print, jasa PPT, baju, jilbab
5.		1.200	400	Baju, sepatu, tas, bucket, kosmetik
6.		875	325	Jilbab, asesoris, case hp, masker,
7.		900	250	Baju, konektor, jilbab, tas, mukena, jasa print
8.		925	375	Jilbab, mukena, sarung, kain, peralatan rumah tangga
9.		1.250	300	Baju, sepatu, jilbab, masker, asesoris
10.		1.500	300	Skincare, makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga

Sumber: Hasil wawancara mahasiswa angkatan tahun 2020, data diolah tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan bisnis online pada tahun 2020 sebanyak kurang lebih 1.517 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang melakukan bisnis secara online sebanyak 1.147 mahasiswa dan mahasiswa yang melakukan bisnis secara offline sebanyak 370 mahasiswa. Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2019. Adapun jenis bisnis yang dilakukan mahasiswa pada tahun 2020 adalah dengan menjual jilbab,

sepatu, kosmetik, mukena, sarung, peralatan rumah tangga, makanan, minuman, masker, dan beberapa kebutuhan yang lainnya.

2. Dampak yang dirasakan pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19

Adanya wabah Covid-19 secara langsung memberikan dampak yang signifikan, tidak terkecuali kepada para pemilik bisnis online. Para pemilik atau owner bisnis online shop ini merasakan adanya dampak saat adanya wabah Covid-19. Adapun dampak yang dirasakan oleh owner online shop ini adalah sebagai berikut :

a. Ferha Store

Pada awal adanya Covid-19, Ferri sangat merasakan dampaknya karena pasar pertamanya dulu ada civitas akademika kampus, seperti teman – teman mahasiswa dan juga dosen. Dengan adanya pemberitahuan bahwa kuliah dilaksanakan dengan cara daring, maka bisnis Ferha Store sempat terhenti selama dua bulan. Akhirnya Ferri berfikir bagaimana ia bisa mengembangkan usahanya dan kembali seperti semula. seperti yang dikatakan oleh Ferri berikut:

“pas ada Covid-19 itu aku sempet pernah down gara – gara pelangganku kan mahasiswa, dan karena ada corona kan jadinya mahasiswa libur dan pulang kampung semua, nah disitu aku bingung, siapa lagi pelanggan aku ini. Masa iya aku udah usaha dan nol dan kesana kemari tiba – tiba aku berhentiin usaha aku kan ya nggak mungkin ya. Dan aku sempet nggak ada penjualan di dua bulan awal covid itu.”¹³

¹³ Wawancara dengan Ferri Hariani selaku pemilik bisnis online Ferha Store pada tanggal 31 Maret 2021 Pukul 19.00 WIB

b. Shona Grosir and Retail

Pada awal adanya Covid-19, Itut selaku owner dari Shona Grosir sangat merasakan adanya dampak yang berimbas kepada usahanya. Adapun dampak yang dirasakan oleh Itut adalah semakin sedikitnya pesanan yang masuk di bisnis Shona Grosir ini. Dengan semakin sedikitnya pesanan yang diterima oleh Itut, maka juga semakin sedikit juga penghasilan yang diterima olehnya. Selain itu, jika penghasilannya semakin sedikit maka penghasilan dari para resselernya pun juga semakin sedikit. Hal itu dikarenakan juga dikarenakan semakin sedikitnya pesanan yang masuk di resseller Shona Grosir. Seperti yang disampaikan oleh Itut sebagai berikut :

“kalau dampak Covid itu, kan sangat berdampak sekali ya. Dari itu orang – orang juga kurang beli sesuatu juga dan dari situ juga saya kurang mendapatkan penghasilan seperti biasanya juga. Jadi pendapatan saya menurun, dan pendapatan resseller saya juga menurun. Dan akhirnya barang yang diproduksi juga semakin sedikit juga, nggak seperti biasanya.”¹⁴

c. Galeri Organizer

Saat adanya Covid-19, Amina selaku owner dari Galeri Organizer mengaku merasakan dampak terhadap bisnisnya. Menurutnya, Covid-19 ini membuat penjualannya mengalami penurunan keuntungan. Namun untungnya hal itu tidak berlangsung lama, hanya sekitar 1 – 2 bulan saja dan bisnis online nya bisa kembali

¹⁴ Wawancara dengan Itut Aryanti selaku pemilik bisnis online Shona Grosir & Retail pada tanggal 08 April 2021 Pukul 14.00WIB

seperti semula. Berikut penuturan dari Amina selaku owner dari

Galeri Organizer :

“waktu mulai ada Covid itu sempet down sih. Karena penjualan juga sempet menyusut, tapi itu ndak lama menurut aku. Cuma 1 sampai 2 bulan aja. Setelah itu Alhamdulillah udah bisa normal kembali sampai sekarang. Meskipun ya masih bertahap ketika Covid itu.”¹⁵

d. Sarung Barokah dan Dee.id.palugada

Saat adanya Covid-19, Dewi selaku owner dari Sarung Barokah dan Dee.id.palugada juga mengaku merasakan dampak terhadap bisnisnya. Adapun dampak yang dirasakan adalah menurunnya jumlah permintaan terhadap barangnya yang membuat keuntungannya juga menurun. Namun hal itu tidak berlangsung lama. menurutnya, kalau barang seperti sarung dan juga mukena pasti banyak dicari oleh konsumen apalagi di kalangan santri. Hal ini disampaikan oleh Dewi sebagai berikut :

“kalau waktu Covid dulu itu yang kerasa pastinya penjualan jadi sedikit. Terus kan kalau penjualannya sedikit, pastinya kan keuntungannya juga turun. Tapi yang aku rasakan itu nggak berjalan lama, karena kan kalau kayak sarung, mukena, itu banyak orang yang cari. Apalagi kalau santri gitu kan, kalau musim balikan pondok pastinya cari sarung lagi kalau nggak cari mukena lagi. Kalau di pondok kan mukena biasanya lebih dari satu.”¹⁶

3. Strategi pemasaran syariah bisnis online yang digunakan saat terjadinya wabah Covid-19 untuk meningkatkan penjualan

¹⁵ Wawancara dengan Aminatus Zahro selaku pemilik bisnis online Galeri Organizer pada tanggal 02 April 2021 Pukul 09.00 WIB

¹⁶ Wawancara dengan Dewi Indra Wahyuni selaku pemilik bisnis online Sarung Barokah dan Dee.id.palugada pada tanggal 02 April 2021 Pukul 11.00 WIB

Dengan adanya wabah Covid-19 maka secara tidak langsung juga mempengaruhi pendapatan dari owner – owner bisnis online shop di kalangan mahasiswa. Dengan itu maka harus ada strategi yang digunakan agar bisa mengembangkan kembali bisnis onlinenya. Adapun beberapa strategi yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Ferha Store

Adapun strategi yang digunakan oleh Ferri selaku owner dari Ferha Store dalam mengembangkan usahanya adalah sebagai berikut:

1. Produk

Dari segi produk, Ferha Store selalu memberikan produk yang sangat berkualitas kepada masyarakat. Ferri selaku owner dari Ferha Store ini selalu memastikan bahwa konsumen – konsumennya merasa senang dengan produk yang ditawarkannya. Hal ini disampaikan oleh Ferri sebagai berikut :

“kalau mengenai produk itu lebih ke memiliki ciri khas sendiri, yaitu mayones aku. Mayones itu sebenarnya hamper sama dengan mayones yang lain, tapi cara olahanku beda. Jadi aku itu beli mayones yang sudah jadi dulu, terus habis itu aku olah lagi aku kasih bumbu – bumbu lagi agar mayones aku makin enak. Nah disitu yang menjadi ciri khas aku dan Alhamdulillah banyak banget orang yang suka sama rasa saladku. Selain itu, aku menerima request dari konsumen aku. Jadi misalnya dia nggak suka buah yang ini, yang ini, yaudah dia nanti bisa bilang dia nggak mau buah

yang ini. Dan itu juga menjadi salah satu yang bikin konsumen aku itu suka order lagi di aku.”¹⁷

Untuk kemasan produk yang digunakan, Ferri menggunakan 2 jenis wadah untuk salad buahnya. Sedangkan untuk catering ia menyesuaikan dengan harga yang diminta oleh konsumennya. Hal ini disampaikan oleh Ferri sebagai berikut :

“Untuk salad buah, aku buat 2 jenis wadah ya, yang pastinya menyesuaikan dengan harganya. Jadi wadahnya itu ada bowl yang ukuran 400 ML dan box ukuran 750 ML. kalau untuk catering itu aku lebih Tanya ke konsumen aku dulu. Jadi bikin kesepakatan dulu gitu. Biasanya kan request yang harga segini gitu, trus nanti pengennya isinya gini. Jadi aku biasanya nggak matok harga segini, segini gitu. Tapi ada juga patokannya. Namun banyak juga yang request makanan harga segini, nanti wadah makanannya ini. Jadi kesepakatan dulu awalnya gimana.”

2. Promosi

Ketika mulai ada Covid-19, Ferri selaku owner dari Ferha Store mencari cara bagaimana agar bisnisnya bisa berkembang seperti dahulu atau lebih bisa berkembang lagi. Akhirnya cara yang digunakan Ferri adalah dengan mengadakan beberapa give away dan juga mengadakan beberapa bonus. Adanya giveaway dan bonus itu ia tentukan dengan syarat dan ketentuan yang telah di tentukan oleh

¹⁷ Wawancara dengan Ferri Hariani selaku pemilik bisnis online Ferha Store pada tanggal 31 Maret 2021 Pukul 19.13 WIB

Ferri. Hal itu ia lakukan agar dapat menarik minat konsumen kembali serta banyak yang mau bergabung dengan bisnisnya.

Diantara lain sebagai berikut :

“Terus pas mulai ada covid, aku juga masih gunain wa dan juga instgram buat promosiin dagangan aku. Terus kadang kala aku juga bikin give away. Give away itu aku adain biasanya karena aku banyak rezeki, atau aku lagi ulang tahun gitu. Dan saat aku ngadain give away itu jadi banyak banget yang ikutan. Aku kasih syarat disitu buat order dulu baru bisa ikutan give away. Jadi secara tidak langsung kalau dia mau ikutan give away kan harus beli dulu. Nah disitu kan dia pasti ngerasain gimana rasanya saladku.

Selain itu aku juga ikut organisasi Wirausaha Muda Tulungagung. Nah disitu adalah kumpulan orang – orang yang berwirausaha. Jadi setiap kumpulan itu selalu membahas usaha masing – masing. Jadi disitu bisa sharing – sharing mengenai bisnis yang mereka kerjakan. Dan disitu juga biasanya ada yang pesen gitu.”¹⁸

3. Tempat

Dari segi tempat, sebenarnya Ferri belum memiliki toko tersendiri untuk berjualan salad dan cateringnya. Namun sementara waktu kalau ada konsumen yang mau ambil pesenan atau mau pesen segala macam makanan bisa langsung datang dan negosiasi dirumah. Seperti yang dibilang oleh Ferri :

“kalau tempat sebenarnya belum ada, tapi sudah ada rencana mau buat toko kecil didepan rumah buat jualan. Jadi sementara kalau ada yang pesan salad

¹⁸ Ibid.

atau makanan bisa langsung wa atau langsung dateng ke rumah langsung.”

Namun karena bisnis yang dijalannya ini adalah bisnis online, jadi tempat ia menjualkan salad buah dan catering nya itu lewat platform media social. Adapun media social yang ia gunakan adalah WA dan juga instagram. Ferri tidak menggunakan facebook karena di ranah facebook itu ia berikan kepada resselernya untuk promosi bisnisnya. Selain itu, Ferri juga mengikuti salah satu organisasi yaitu Wirausaha Muda Tulungagung. Dengan Ferri mengikuti organisasi tersebut, ia bisa sharing – sharing dengan para pebisnis mengenai apa yang sama – sama bisa dilakukan untuk mengembangkan bisnis maupun yang lainnya. Dan terkadang ketika ia mengikuti acara di organisasi ini, Ferri juga mendapatkan pesanan dari beberapa temannya yang berada di organisasi tersebut.

“tempat aku jualan itu awalnya aku lewat temen – temen aku, terus juga dari social media aku seperti wa, instagram. Aku nggak promosi lewat facebook, karena aku takutnya resselerku jadi terganggu, karena kan pastinya harganya beda. Jadi aku kasih dia pasar itu di facebook dan wa nya dia. Karena kan kontak setiap wa kan nggak sama. Tapi sebenarnya tetep ada selisih harga antara resseler dan customer.”¹⁹

4. Harga

¹⁹ Ibid.

Dari segi harga, Ferri juga mempertimbangkan harga – harga produknya agar banyak diminati oleh konsumen. Harga – harga tersebut tentunya sudah ia akumulasikan dengan semua biaya yang ia keluarkan dalam membeli bahan bakunya. Harga yang ditawarkan oleh Ferri pun juga bervariasi sesuai dengan ukuran dan isinya juga. Untuk salad, ukuran yang Ferri gunakan adalah bowl ukuran 400 ML dan box ukuran 750 ML. Untuk harga sebenarnya tidak ada perubahan sebelum atau sesudah Covid-19 dan harga yang ditawarkan pun sangat bervariasi sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan untuk catering Ferri lebih memperhatikan ke keinginan konsumennya, jadi ia mengikuti pesanan saja dari para konsumennya. Namun, mengenai harga yang ditawarkan juga bervariasi sesuai dengan isian makanan yang dipesan oleh konsumennya. Hal ini disampaikan oleh Ferri sebagai berikut :

“ Untuk harga aku masih tetep kayak dulu. Kalau salad kan aku pakek 2 wadah, wadah yang bowl ukuran 400 ML dan box ukuran 750 ML. kalau bowl ukuran 400 ML harganya mulai 12 ribu sampek 20 ribu. Kalau yang box ukuran 750 ML itu harganya mulai 20 ribu sampek 30 ribu. Semua itu tergantung topping dan isiannya. Jadi konsumen aku bisa milih yang dia mau. Trus selain itu kalau ada yang mau tambah kayak mayones, keju, coklat, nata de coco dan jelly itu ada tambahan biaya seribu sampek dua ribu aja.

Kalau catering awalnya aku lebih ke Tanya konsumen aku kamu maunya yang gimana gitu mau yang harga berapa, nanti aku bikini gitu. Tapi lama kelamaan

banyak orang yang order nasi juga di aku, trus kalau Tanya harga ya bervariasi juga, menunya mau yang apa. Biasanya aku kasih harga antara Rp 13.000 sampai Rp 15.000 per kotaknya. Dan Alhamdulillah dengan harga segitu banyak yang order di aku.”²⁰

b. Shona Grosir & Retail

Adapun strategi yang digunakan oleh Itut selaku owner dari Shona Grosir & Retail antara lain :

1. Produk

Dari segi produk, Shona Grosir & Retail selalu memberikan kualitas produk sendiri yang bagus kepada produk yang dijualkannya. Hal itu dilakukan agar konsumennya bisa suka dan bisa terus order. Adapun produk yang ditawarkan seperti jilbab, konektor, dan juga baju. Adapun jilbab yang ia jual seperti jilbab segi empat, jilbab pashmina dan jilbab instan. Untuk jilbab segi empat dan jilbab pashmina itu ia produksi sendiri, namun untuk jilbab instan itu Itut langsung ambil barang dari pusat karena dinilainya lebih murah. Adapun penuturannya sebagai berikut:

“Kalau produk saya memberikan kualitas sendiri kepada produk saya. Jadi saya itu memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau juga. Produk yang aku jual itu seperti jilbab, konektor, baju. Kalau jilbab itu yang aku produksi sendiri seperti jilbab yang segi empat, terus pashmina gitu. Kalau jilbab yang instan itu aku ambil

²⁰ Ibid.

dari pusat. Jadiambilnya emang aku pilih dari pusat soalnya harganya kan pasti beda kalau dari pusat dibandingkan dengan yang bukan dari pusatnya. Dan kalau aku ambil dari pusat itu kan pastinya harganya murah, trus aku jualnya aku bisa dibilang terjangkau dan disitu banyak banget konsumen aku yang suka karena dapet harga yang murah dengan kualitas yang bagus.”²¹

Ketika ada Covid-19, Itut sebagai owner dari Shona Grosir & Retail mulai berfikir bagaimana agar bisnisnya bisa terus berjalan dan tetap bisa mendapatkan penghasilan. Akhirnya setelah melalui beberapa pertimbangan, akhirnya ia mengembangkan bisnis konektor masker. Dahulu waktu belum ada Covid-19, ia masih menjadi reseller dan ambil konektor masker di supplier, namun barang yang dihasilkan pun kurang memuaskan menurut Itut. Akhirnya setelah dipertimbangkan, ia lebih memilih membuat konektor sendiri dengan kualitas yang bagus. Salah satunya juga dengan membuat konektor sendiri maka akan lebih banyak keuntungan yang didapat dari pada ambil di supplier.

Dalam memproduksi konektor masker, Itut menggunakan kain – kain bagus yang masih bisa digunakan. Ia bisa mendapatkan kain tersebut melalui jilbab – jilbab paris yang ditawarkan oleh masyarakat dan tentunya dengan kualitas jilbab yang masih bagus. Jadi Itut menggunakan

²¹ Wawancara dengan Itut Aryanti selaku pemilik bisnis Shona Grosir & Retail pada tanggal 08 April 2021 Pukul 14.30 WIB

jilbab paris dan dipotongnya menjadi beberapa bagian yang sekiranya dapat dibuat menjadi ukuran konektor masker dan dikirimnya ke penjahit untuk dijahit tepi. Dan Itut menawarkan harga konektor masker itu dengan harga yang sangat terjangkau juga yang dapat membuat konsumennya merasa untung juga. Adapun peaturannya sebagai berikut :

“tapi dengan adanya covid itu, aku harus cari cara biar supaya gimana aku tetep bisa jualan. Akhirnya aku kepikiran deh, kan saat itu mulai dianjurkan memakai masker, akhirnya aku lebih jual konektor masker. Dulu sebelum Covid itu aku masih ambil dari orang. memang sih harga yang ditawarkan murah, tapi menurut aku kualitasnya kurang bagus, jadi aku memutuskan produksi sendiri aja. sebenarnya aku udah jual konektor, tapi nggak banyak lah, tapi ketika mulai ada Covid itu aku liat kok banyak yang membutuhkan, yaudah akhirnya aku produksi lebih ke konektor maskernya. Konektor itu aku bikin sendiri. Kalau untuk bahannya itu aku ambil dari kain – kain yang menurut aku udah nggak pernah dipakek gitu, missal kayak jilbab – jilbab paris yang dulu sempet trend gitu, kan sekarang udah sedikit orang yang makek jilbab paris, yaudah itu aku beli. Kan kalau barangnya udah pernah dipakek kan pastinya harganya murah. Terus kain – kain itu aku potong seukurana bisa dipakek konektor lah, dan nanti aku kirim ke penjahit suat dijahit tepinya. Dan disitu pun banyak banget yang suka karena harga yang aku tawarin pun murah, Cuma 1.500 rupiah. Dan disitu untung aku juga bisa dibbilang banyak juga”²²

2. Promosi

Ketika mulai adanya Covid-19, Itut menurunkan harga dengan konsekuensi keuntungan yang semakin sedikit. Itut menggunakan cara seperti mengadakan berbagai promo agar

²² Ibid

bisa mengembangkan bisnisnya seperti semula. Promo yang dilakukannya juga ada syarat dan ketentuan yang harus diikuti oleh konsumen jika ingin mendapatkan harga promo. Dan pastinya dengan Itut mengadakan promo maka semakin sedikit keuntungan yang ia dapatkan. Berikut penuturan dari Itut :

“cara yang saya lakuin pas ada covid itu ya aku harus bisa mengikhlaskan. Jadi missal dulu aku ambil laba 10 ribu, terus aku turunkan laba aku sedikit biar orang tetep ada yang beli gitu lah. Kayak Cuma ambil 5 ribu, gitu. Terkadang aku juga kasih promo – promo juga kayak serba 25, serba 50 gitu biar banyak yang tertarik dan banyak yang beli juga. Dan resellerku pun nanti juga dapet laba juga. Ada juga diskon 50%. Dan setiap promo dan diskon itu juga ada syarat dan ketentuannya juga.”²³

3. Tempat

Dari segi tempat, Shona Grosir & Retail sebenarnya belum memiliki tempat sendiri namun Itut biasanya pada waktu hari minggu menjualkan barang – barangnya yang belum terjual di pasar. Dan di pasar ia mendapatkan sekali konsumen yang mengatakan bahwa harga yang ditawarkan Itut ini sangatlah terjangkau. Berikut penuturannya :

“kalau tempat buat toko, sebenarnya nggak bisa dibilang itu toko. Jadi lebih ke stok aja sih. Dan stok yang ada dirumah itu biasanya aku jual dipasar juga. Jadi setiap minggu aku jual stok yang ada seperti gamis gitu. Dan di pasar pun nggak ada tempat sendiri, jadi menyesuaikan tempat yang ada disana. Dan disana pun Alhamdulillah nya banyak sekali

²³ Ibid.

yang suka sama barang – barang aku karena harganya yang sangat terjangkau.”²⁴

Karena bisnis yang dijalankannya adalah bisnis online, maka Shona Grosir & Retail biasa menggunakan social media seperti instagram, facebook, dan juga WA. dengan menggunakan platform tersebut, Itut akan mengupload barang – barang yang ia tawarkan kepada masyarakat dilapknya tersebut. adapun penuturan dari Itut sebagai berikut :

“kalau tempat jualan aku itu aku gunaim facebook, instagram, dan juga wa. karena disisi lain kan saya masih jadi mahasiswa juga, itu saya gunain biasanya di instagram, facebook dan wa (kan karena kalau di wa banyak grup – grup juga). Selain itu aku juga buat grup wa buat aku upload barang – barang aku yang isinya resseller aku semuanya.”²⁵

4. Harga

Dari segi harga, Shona Grosir & Retail memberikan dengan melihat target pasar yang dituju. Adapun pembagian target pasarnya seperti membedakan antara remaja dan dewasa. Hal ini karena biasanya permintaan model jilbab antara remaja dengan dewasa itu berbeda. Meskipun begitu, harga yang ditawarkan oleh Shona Grosir & Retail ini cenderung terjangkau. Berikut penuturan dari Itut :

“kalau mengenai harga saya lebih melihat target dulu. Kalau targetnya seperti mahasiswa itu saya

²⁵ Ibid.

jualnya dari kisaran harga 15 ribu sampai 35 ribu. Kalau mahasiswa biasanya sukanya jilbab segi empat sama pashmina gitu kan. Kalau targetnya seperti ibu – ibu itu ada jilbab yang harga 70 – 80 juga. Karena kan biasanya ibu – ibu itu suka jilbab yang syar’i dan banyak hiasannya gitu, kan mestinya harganya juga lebih mahal dari pada jilbab yang target mahasiswa yang rata – rata polos aja. Terus selain itu kan aku juga jual konektor. Kalau konektor itu aku jual per satu nya itu 1.500 rupiah.”²⁶

c. Galeri Organizer

Adapun strategi yang digunakan oleh Amina selaku owner dari Galeri Organizer antara lain :

1. Produk

Dari segi produk, Amina selaku owner dari Galeri Organizer selalu memunculkan inovasi yang baru atau yang sedang trending. Hal ini ia lakukan agar customernya merasa tertarik dengan barang yang ia tawarkan. Karena menurutnya sebagian banyak orang membeli barang karena barang tersebut sedang trending. Berikut penuturannya :

“yang saya lakukan adalah dengan memunculkan inovasi baru atau menawarkan barang – barang yang saat ini sedang booming atau sedang banyak diminati oleh masyarakat. Alasan saya adalah agar customer tertarik dengan barang yang kita jual. Dengan melakukan hal tersebut menurut saya membuat para customer saya merasa senang dan saya mendapatkan banyak keuntungan juga.”²⁷

²⁶ Ibid.

²⁷ Wawancara dengan Aminatus Zahro selaku pemilik bisnis online Galeri Organizer pada tanggal 02 April 2021 Pukul 09.00 WIB

Adapun produk – produk yang ditawarkan oleh Galeri Organizer biasanya merupakan barang – barang impor dan barang – barang yang sedang booming. Seperti pada waktu awal Covid-19, ia mengaku bahwa pada saat itu sangat booming sekali orang memelihara bunga. Akhirnya ia memilih menjual rak bunga. Selain itu Amina juga menjual barang – barang seperti tas, dompet, dan juga baju yang ia ambil langsung dari tempat produksinya. Hal itu ia lakukan karena menurutnya jika mengambil langsung dari tempat produksinya ia akan mendapatkan harga barang yang murah dengan kualitas yang bagus. Berikut pernyataan dari Amina:

“produk yang saya tawarkan itu rata – rata barang impor, seperti tas, dompet, baju. Itu saya ambil dari pabriknya langsung, kayak di Surabaya, di Jakarta, dari Batam juga. Pokoknya itu saya jual barang – barang yang lagi booming gitu lo, kan banyak orang yang cari biasanya kalau lagi booming gitu. Jadi bisa dibidang penjualan saya itu selalu mengikuti trend. Kayak dulu pas waktu lagi boomingnya orang cari rak bunga, ya itu aku sempet jual juga. Luaris banget itu. Tapi ndak bertahan lama, karena modalnya sendiri juga kurang memadai dengan pesanan yang segitu banyaknya.”²⁸

2. Promosi

Waktu adanya Covid-19, Amina merasakan adanya penurunan penjualan yang signifikan. Dengan penurunan penjualan itu, Amina memilih untuk menurunkan harga agar

²⁸ Ibid.

para customernya tetap bisa berbelanja di Galeri Organizer dengan harga yang terjangkau meskipun dengan keuntungan yang sedikit berkurang. Berikut pernyataannya :

“yang aku lakuin pas ada Covid itu aku kasih promo. Promonya itu kayak harga jualnya diturunkan gitu. Missal kayak barangnya harga 120 ribu gitu, nanti kita kasih diskon beberapa persen gitu. Walaupun keuntungan yang aku dapetin jadi berkurang, itu nggak masalah asalkan customerku masih mau berbelanja di aku.”

3. Tempat

Dari segi tempat, Amina sebenarnya belum memiliki toko tersendiri, namun sudah ada rencana untuk membuat toko sendiri. Selain itu dirumahnya tersedia juga barang – barang yang ia jualkan. Jadi jika ada yang ingin tau barang – barangnya bisa langsung mendatangi rumahnya. Namun stok yang ada juga terbatas. Berikut pernyataan Amina :

“kalau tempat ya sementara dirumah. Kan kalau dirumah ada beberapa stok ya yang lumayan laah. Jadi kalau ada yang mau langsung beli bisa langsung dateng kerumah. Kalau rencana buka toko sendiri pasti ada juga. Tapi masih rencana dulu.”²⁹

Karena bisnis yang Amina lakukan ini adalah bisnis online, maka Amina menggunakan platform social media sebagai tempatnya berjualan. Adapun social media yang ia gunakan adalah WA dan facebook saja. Jika ada baru dan booming, ia akan memposting barangnya di WA dan juga

²⁹ Ibid.

facebook untuk menawarkannya kepada customernya.

Adapun pernyataan Amina sebagai berikut :

“kalau tempat aku jualan itu ya aku menggunakan social media wa dan juga facebook dan ig. Jadi setiap hari harus ada barang baru yang sekiranya bisa menarik minat customer aku. Dan barang – barang itu nantinya aku upload di WA dan juga di facebook. Kalau di wa itu aku utamain yang grup reseller aku itu.”³⁰

4. Harga

Dari segi harga, Amina memberikan harga yang cukup terjangkau terhadap barang – barangnya. Barang yang ditawarkannya pun cukup beragam. Dengan beragamnya barang yang diperjual belikan oleh Amina, maka harga yang diberikannya pun juga beragam. Adapun harga yang ditawarkan adalah kisaran Rp 8.000 sampai dengan Rp150.000. adapun penuturan dari Amina sebagai berikut :

“harga yang saya tawarkan itu sangat beragam karena barang yang aku jual kan banyak juga, jadi harganya juga berbeda – beda. kalau kisaranya itu sekitar dari Rp 8.000 sampai Rp 150.000 an. Kalau yang 150 ribu itu yang kayak tas impor gitu.”³¹

d. Sarung Barokah dan Dee.id.palugada

Adapun strategi yang digunakan oleh Dewi selaku owner dari

Sarung Barokah dan Dee.id.palugada antara lain :

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

1. Produk

Dari segi produk, Dewi memiliki 2 toko. Yaitu Sarung Barokah dan juga Dee.id.palugada. Untuk Sarung Barokah, ia menjual berbagai macam sarung yang kekinian seperti sarung motif jawa, sarung goyor, sarung aqil, maupun sarung yang lain. Sarung yang ditawarkan itu adalah sarung anak – anak, remaja, maupun dewasa. Sedangkan di Dee.id.palugada, ia menjual produk mukena dan juga gamis. Mukena yang ditawarkan oleh Dewi ini merupakan mukena dengan berbagai bahan dan juga berbagai request dari customernya. Selain itu, di Dee.id.palugada ini juga melayani pesanan mahar pernikahan. Berikut pernyataan dari Dewi :

“jadi kan ada 2 toko saya, itu yang khusus penjualan sarung saya kasih nama sarung barokah. Sarungnya itu ndak hanya yang sarung dewasa aja, jadi juga ada sarung yang buat anak – anak juga. Mulai dari sarung yang goyor sampai sarung yang mahal – mahal kayak songket juga ada. Dan sarung saya itu sarung – sarung yang kekinian gitu, jadi bisa bikin santri remaja itu tertarik juga. Kayak ada motif – motif terbaru kayak wayang, tulisan jawa, kayak gitu. Kalau untuk mukena sama gamis itu namanya Dee.id.palugada. mukena yang saya produksi itu ada berbagai macam motif, dan motif – motif itu bisa request dari customer aku. Selain itu aku juga menerima pesanan mahar pengantin dengan request dari customer juga.”³²

³² Wawancara dengan Dewi Indra Wahyuni selaku pemilik bisnis online Sarung Barokah dan Dee.id.palugada pada tanggal 02 April 2021 Pukul 11.00 WIB

2. Promosi

Pada waktu mulai adanya Covid-19, Dewi mengadakan beberapa give away. Give away yang diadakan ini menurutnya adalah salah satu cara yang bisa ia gunakan untuk menambah minat konsumen. Ada give away yang diadakan di sarung barokah yang nanti hadiahnya juga berupa sarung. Dan ada juga give away yang di adakan di Dee.id.palugada yang nanti hadiahnya baju muslim. Dan pastinya dengan adanya give away tersebut pasti ada syarat dan ketentuan seperti harus komen di postingan serta me-tag tiga teman lainnya. Berikut pernyataan dari Dewi :

“jadi waktu ada covid itu aku adain beberapa give away. Maksudku itu biar banyak orang yang mau ikut give away dan nantinya bisa suka dan mau order lagi di aku. Aku buat give away itu buat 2 usaha aku, jadi di Sarung Barokah sendiri, di Dee.id.palugada juga sendiri. Kalau di Sarung Barokah itu hadiah dari give away nya itu berupa sarung. Kalau di Dee.id.palugada itu hadiah dari give away nya adalah baju muslim.”³³

Selain itu, Dewi memberikan sebuah reward yang ia berikan kepada resselernya yang terdahsyat. Terdahsyat dalam hal ini adalah bagi resselernya yang mampu menjualkan barangnya dengan jumlah terbanyak. Hal ini ia lakukan agar para resselernya bisa semangat dalam menjualkan produknya. Berikut pernyataan dari Dewi :

³³ Ibid.

“dan disitu juga aku rekap mana reseller aku yang paling terdasyat dalam hal menjualkan barang – barangku dan nantinya aku berikan reward. Kan kalau gitu mereka jadi semangat kan. Selain itu reseller aku kan juga makin nambah banyak.”³⁴

3. Tempat

Dari segi tempat, sebenarnya Dewi belum memiliki toko offline tersendiri untuk menjualkan barang – barangnya. Namun ia mempersilahkan jika ada yang langsung mau lihat – lihat barang – barangnya. Namun barang yang jualnya dirumah atau barang yang ready tidak terlalu banyak. Berikut pernyataan dari Dewi :

“kalau toko dirumah di ndak ya, tapi saya ada stok yang ready di rumah. Jadi aku taruh di etalase gitu kalau sewaktu – waktu ada orang yang pengen langsung beli. Jadi belum punya kios yang gede gitu.”

Karena bisnis yang Dewi lakukan ini adalah bisnis online, maka Dewi menggunakan promosi melalui social media WA dan facebook. Menurutnya, dari wa dan juga facebook saja ia sudah mendapatkan pesanan yang cukup banyak. berikut penuturannya :

“kalau social media yang aku pakek itu wa dan facebook. Tapi Alhamdulillah dari facebook dan juga wa itu banyak sekali yang menanyakan dan membeli produk saya.”³⁵

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

4. Harga

Dari segi harga, Dewi memberikan harga yang sangat terjangkau sekali terhadap barang – barang yang ditawarkannya. Harga – harga tersebut cenderung terjangkau karena sebagian besar ia produksi sendiri dan langsung mengambil dari pabriknya. Adapun barang yang diproduksi sendiri adalah mukena yang dibandrol dengan harga Rp 100.000 sampai dengan Rp 130.000. Sedangkan barang yang diambil dari pabriknya adalah gamis yang dibandrol dengan harga Rp 100.000 dan juga sarung yang langsung ia ambil dari Pekalongan dengan kisaran harga Rp 35.000 sampai dengan Rp 60.000 atau lebih yang dilihat dari kualitas sarungnya. Adapun pernyataan Dewi sebagai berikut:

“Harga – harga yang aku tawarkan itu cenderung sangat terjangkau sekali. Kalau sarung itu aku jual berbagai kain, jadi juga harganya berbeda – beda. Seperti sarung Aqil, itu aku kasih harga Rp 60.000, kalau sarung goyor itu aku kasih harga Rp 35.000. kalau mukena itu aku kasih harganya sesuai dengan kainnya. Kalau mukena kain polino dan rayon itu harganya Rp 110.000, kalau kain sutra itu Rp 130.000, kalau kain parasut sulam itu Rp 100.000. kalau gamis itu rata – rata harganya Rp 100.000. kalau mahar itu aku menerima request. Kalau satu set mahar itu biasanya isinya mukena, tasbih, sama sajadah.”³⁶

³⁶ Ibid.