

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Konfeksi Langgeng**

Terletak di Desa Tunggulsari, Kecamatan Kedungwaru, Tulungagung<sup>1</sup>, Konfeksi Langgeng merupakan usaha pribadi Bapak Moch. Jawarudin dan keluarga yang bergerak di bidang konfeksi pakaian. Pada awalnya, beliau belajar berusaha dari usaha milik keluarga, sedikit demi sedikit memulai usaha pribadi dan menjalankannya hingga sekarang<sup>2</sup>. Untuk mempertahankan eksistensinya, Konfeksi Langgeng selalu berusaha untuk selalu menjaga kualitas produknya.

Pembuatan produk dilakukan oleh lebih dari 5 karyawan dan dibantu oleh seluruh keluarga Bapak Jawarudin. Dibagi menjadi beberapa bagian kerja, seperti pemotongan, menjahit, pemasangan kancing baju, plisket, dan teknik lainnya.<sup>3</sup> Kegiatan penjahitan sering dilakukan di rumah karyawan masing-masing. Setelah produk selesai dibuat, produk segera dikemas dan dipasarkan.

Kegiatan pemasaran dilakukan oleh Bapak Jawarudin langsung dengan memasukkan produknya ke pasar-pasar tradisional. Konfeksi Langgeng tidak memiliki media sosial, pemasaran dilakukan secara

---

<sup>1</sup> Observasi pada Konfeksi Langgeng, pada tanggal 14 Februari 2021.

<sup>2</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>3</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, pada tanggal 26 April 2021.

tradisional dengan cara *gethok tular*.<sup>4</sup> Kunci dari pemasaran yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi yang benar kepada konsumen. Dengan pelayanan yang baik, loyalitas konsumen akan terbentuk dengan baik dan memberikan dampak positif dalam jangka panjang.

Konfeksi Langgeng memproduksi beberapa jenis pakaian seperti hem, seragam sekolah, kemeja, dan batik. Konveksi ini juga memproduksi seragam pencak silat, PDH, seragam lembaga keislaman tertentu maupun pakaian lainnya sesuai dengan pesanan yang masuk. Konfeksi Langgeng memiliki toko di depan tempat produksi dengan akses jalan beraspal dan lahan parkir yang luas.<sup>5</sup> Selain itu, produknya dijual di pasar-pasar tradisional dengan memperkerjakan beberapa karyawan untuk menjaga stand produk, seringkali Bapak Jawarudin meninjau langsung tempat penjualannya.<sup>6</sup>

## 2. Konfeksi Norma

Konfeksi Norma milik Ibu Hj. Nurul Hidayah, berlokasi di Jalan Sultan Agung, Dusun Kedungsingkal, Desa Ketanon, Kabupaten Tulungagung. Lokasinya strategis yaitu pada jalan utama Desa Ketanon sebagai alternatif jalan raya provinsi dan instansi pemerintah daerah setempat.<sup>7</sup> Bergerak dibidang konfeksi sandang serta jasa bordir. Konfeksi ini merupakan usaha keluarga yang telah ada sejak tahun 1983. Pada awalnya, letak konfeksi

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, pemilik Konfeksi Langeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>5</sup> Observasi pada Konfeksi Langgeng, pada tanggal 14 Februari 2021.

<sup>6</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>7</sup> Observasi pada Konfeksi Norma, pada tanggal 30 Maret 2021.

Norma berada di Dusun Ketanon, beralih tempat dan menetap di Dusun Kedungsingkal hingga sekarang.<sup>8</sup>

Beroperasi pada hari Senin hingga Sabtu dari pukul 07.00 hingga pukul 16.30, konfeksi Norma ini dibantu oleh 7 (tujuh) karyawan toko dan 4 karyawan yang ditempatkan di pasar daerah Tulungagung. Masing-masing karyawan memiliki tugas tersendiri, yaitu dibidang produksi, pengemasan, pramuniaga, dan pengiriman barang. Konfeksi ini memiliki toko dan tempat produksi dalam satu tempat sekaligus, ini memudahkan mobilisasi produk dari setengah jadi menjadi barang jadi yang siap dipasarkan.<sup>9</sup>

Konfeksi Norma memproduksi berbagai jenis sandang, seperti pakaian resmi, seragam sekolah dari setiap jenjang, topi, hingga tas. Menawarkan jasa bordir untuk berbagai macam kebutuhan sandang. Konfeksi ini juga menerima pesanan diluar produknya, seperti pakaian pencak silat berbagai perguruan. Seluruh pengawasan kegiatan konfeksi, termasuk kegiatan pemasaran, dilakukan oleh Ibu Nurul sendiri dibantu oleh keluarga dan sanak-saudaranya<sup>10</sup>.

Konfeksi Norma memiliki lahan parkir yang cukup luas. Terdapat juga kamar mandi dan ruang ibadah sebagai fasilitas bagi karyawan agar dapat menjalankan kewajibannya sebagai umat muslim. Dalam melakukan promosi, Ibu Nurul dibantu oleh keluarganya menyebarkan informasi melalui media sosial pribadi tanpa memiliki media sosial khusus usahanya.

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, pemilik konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>9</sup> Observasi di Konfeksi Norma, pada tanggal 30 Maret 2021.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

Pengiklanan usaha hanya dilakukan dengan memasang *banner* di sepanjang depan toko.

Norma menerima pesanan dari setiap daerah dengan permintaan produk yang beraneka ragam. Daerah pemasaran produk meliputi daerah pulau Jawa dan sekitarnya (Bali, Kalimantan, Sulawesi, Jember, dan Banyuwangi).<sup>11</sup> Meluasnya jangkauan pemasaran Norma dibantu oleh saudara Ibu Nurul yang berada di luar pulau, dan menerima pesanan yang ada sehingga usahanya terkenal.

### 3. UKM Tulip Craft

UKM Tulip Craft yang beralamat di Desa Ketanon, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung<sup>12</sup>, bergerak dibidang konfeksi tas dari pengolahan bahan non plastik agar lebih ramah lingkungan telah berdiri sejak tahun 2016 dengan Ibu Iis Rahmawati sebagai pemiliknya dan Ibu Mamik Endarni sebagai penanggung jawab produksi. Pusat UKM Tulip Craft berada di Jalan Soleh Iskandar Perumahan Bogor Raya Permai Bogor Jawa Barat sedangkan Tulungagung menjadi tempat produksi produk-produk Tulip Craft. Bagian pemasaran dipegang oleh Mbak Linda Beauty Kurniasari.<sup>13</sup>

Rumah produksi Tulip Craft memiliki karyawan sebanyak 35 orang di tempat dan lebih dari 60 karyawan lepas yang terdiri dari masyarakat desa dan mahasiswa sekitar. Tersedia kamar mandi, tempat ibadah, dan tempat

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>12</sup> Observasi pada Tulip Craft, pada tanggal 3 Februari 2021.

<sup>13</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 5 April 2021.

istirahat di dalam rumah produksi yang bisa dimanfaatkan oleh karyawannya.<sup>14</sup> Tanpa mengurangi hak untuk beribadah bagi karyawan muslim, rumah produksi maupun kantor pusat menyediakan waktu dan tempat untuk melakukan ibadah.<sup>15</sup>

Produk yang dihasilkan oleh UKM Tulip Craft ini meliputi tas *goodiebag*, kantong pelembab *desiccant* untuk kontainer. Tulip Craft juga menerima pesanan pembuatan alat pelindung diri untuk keperluan Kesehatan, bahkan telah menerima status PT dari pemerintah daerah karena donasi 10.000 APD berbahan *polypropylene spunbond*<sup>16</sup> kepada IDI Bogor.

Jangkauan pasar produk Tulip Craft meliputi seluruh daerah Indonesia, dan beberapa negara luar negeri seperti Turki, Jerman, dan Amerika.<sup>17</sup> Dalam kegiatan pemasarannya, Mbak Linda dibantu oleh tim *Commercial Marketing* yang secara khusus dibentuk untuk melakukan kegiatan promosi segala produk Tulip Craft. Pemasaran dilakukan dengan melalui Instagram, *marketplace*, dan berbagai layanan *Google*.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Observasi di Tulip Craft, pada tanggal 3 Februari 2021.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>16</sup> Rizka Nur Laily, *3 Fakta UKM di Tulungagung Sumbangkan 10.000 APD untuk Tenaga Medis*, diakses dari [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com), pada tanggal 06 Mei 2021.

<sup>17</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 5 April 2021.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

## **B. Paparan Data**

### **1. Konfeksi Langgeng**

Pemasaran merupakan hal yang penting dalam upaya mengenalkan produk yang diproduksi. Pemasaran berkaitan dengan bagaimana menawarkan produk dengan spesifikasi tertentu untuk mendorong keputusan pembelian oleh konsumen. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Produk akan dikenal oleh pembeli jika mereka mengetahui dengan baik bagaimana produk yang kita miliki. Jika menawarkan produk dan memberikannya sesuai dengan yang ditawarkan, maka akan menciptakan kepercayaan pembeli tersebut. Harus pintar menawarkan barang pada momen yang tepat.<sup>19</sup>

Pendapat serupa diungkapkan oleh Mbak Elysia:

Pemasaran merupakan kunci penting dalam sebuah usaha. Kalau ingin produk dikenal secara luas maka harus bisa melakukan kegiatan pemasaran dengan tepat. Harus pintar mempromosikan produk ke khalayak umum dan memberikan harga yang pas.<sup>20</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha menyakini bahwa dengan strategi pemasaran yang baik akan membantu peningkatan penjualan produk konfeksi. Strategi yang baik tentunya benar sesuai dengan syariat Islam, mempromosikan barang sesuai dengan keadaan barang yang ada. Sebagai pemasar harus memahami kualifikasi produk yang ia bawa agar dapat meyakinkan pembeli. Pendapat ini didukung oleh pernyataan Bapak Jawarudin sebagai berikut:

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>20</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

Pemasaran yang baik ya mengatakan apa adanya tentang keadaan barang yang kita bawa. Barang-barang yang diproduksi sendiri maupun titipan orang lain semua harus diketahui *plus* dan *minus*nya. Jadi kalau ditanya pembeli bisa menjawab.<sup>21</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Mbak Tatik:

Pemasaran yang baik dengan mempromosikan barang dagangan sesuai dengan keadaan aslinya, tidak memaksakan pembeli harus membeli barang yang kita bawa. Sabar dalam melakukan usaha promosi karena tidak selamanya usaha langsung membuahkan hasil, namun pasti ada hasilnya.<sup>22</sup>

Senada dengan Mbak Elysia:

Pemasaran yang dilakukan Bapak (Jawarudin) kan secara langsung dari mulut ke mulut, saya sering diajak untuk memasarkan produk ke pasar. Bapak membuka lapak di beberapa pasar dan dijaga masing-masing dua orang, tidak jarang pula bapak terjun langsung dalam pasar. Produk yang ada dijelaskan kepada konsumen, bagaimana kualitasnya, kuantitas, dan keadaan asli produk bisa dilihat langsung, jadi jelas dan terhindar dari gharar.<sup>23</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha yakin bahwa pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam adalah pemasaran yang mempromosikan produknya sesuai dengan keadaan produk tersebut. Harus jelas keadaan barang yang dijual sehingga terhindar dari gharar. Gharar dilarang oleh syariat karena akan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Barang yang menjadi pesanan konsumen harus sama dengan barang yang dijadikan contoh pada saat promosi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>22</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konveksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

Yang dilarang adalah segala sesuatu yang akan menimbulkan kerugian, baik secara lahir atau batin. Saat promosi barang membawa produk dengan kualitas premium, bahannya halus, tidak terawang, jahitannya kuat dan rapi. Saat pembeli ini ingin memesan banyak, yang dikirim bukan seperti contoh yang diberikan, ini yang tidak boleh dilakukan.<sup>24</sup>

Hal serupa dengan jawaban Mbak Tatik:

Menurut saya dalam melakukan pemasaran tidak boleh menghalalkan segala cara bahkan sampai merugikan pembeli, hanya agar barangnya laku. Kalau cara jualannya seperti itu, hasil yang didapatkan tidak berkah. Harus sesuai ucapan dengan barang yang diberikan.<sup>25</sup>

Berdasarkan paparan data diatas, pelaku usaha meyakini bahwa kegiatan promosi yang dilakukan harus sesuai dengan kenyataan barang yang ada, tidak dilebih-lebihkan. Melebih-lebihkan keadaan barang termasuk dalam kategori berbohong. Ini dilarang oleh syariah. Untuk barang pesanan harus sesuai barang saat kegiatan promosi.

Implementasi syariah dilakukan sesuai dengan karakteristik marketing syariah pada aspek Rabbaniyyah, dalam melakukan kegiatan usaha, tak terkecuali kegiatan pemasaran, harus senantiasa mengingat bahwa ada Allah yang mengawasi kita, berhati-hati dalam bertindak, dan senantiasa menyerahkan hasil usaha dengan berdoa kepada-Nya. Semua kegiatan dilakukan dengan niat ibadah dan untuk ibadah. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Banyak yang menyediakan pembelajaran ilmu tentang bisnis, namun seringkali kita lupa untuk mendalami syariat Islam. Sudah berusaha namun doanya masih kurang, atau doanya sudah *kenceng* tapi kurang berusaha. Semua yang dilakukan di dunia hanya untuk beribadah,

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>25</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.



maka kita harus melandasi dengan niat ibadah. Ingat saja semua yang kita lakukan ada yang mengetahuinya, jujur dalam bertindak maupun berkata adalah upaya terkecil agar usaha menjadi bersih dan diridhoi.<sup>26</sup>

Diperkuat dengan jawaban Mbak Elysia:

Pada saat mengerjakan pesanan atau produksi biasa dibawa pulang untuk dikerjakan di rumah, Bapak (Jawarudin) mempercayai karyawannya tidak akan membawa lari usahanya. Saat memasarkan beliau sendiri yang mengantarkan barang ke pasar, saat di perjalanan menemui waktu sholat, beliau berhenti sebentar untuk sholat.<sup>27</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa segala kegiatan di dunia dilakukan untuk beribadah kepada Allah. Selalu mendasari kegiatan usaha dengan nilai religius, menyerahkan usaha yang telah dilakukan dengan beroda kepada-Nya. Kegiatan pemasaran dilakukan sesuai etika bisnis Islami, etikanya menawarkan barang dengan ramah dan tidak memaksakan pembeli. Hal ini sesuai dengan jawaban Bapak Jawarudin:

Semua pembeli itu sama saja, tidak ada yang lebih istimewa. Berusaha untuk ramah dalam berkomunikasi, jujur dan tidak curang. Kalau pembeli nyaman dengan penawaran kita, biasanya informasi produk mudah diterima. Dan tidak menyembunyikan jika ada kecacatan dalam produk.<sup>28</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Tatik:

Saat melayani pembeli, Bapak (Jawarudin) itu selalu tersenyum, bahkan tidak jarang ada orang yang hanya bertanya-tanya saja tetap dilayani dengan baik. Produknya dijelaskan sesuai keadaan aslinya.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>27</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>28</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>29</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

Senada dengan pernyataan Mbak Elysia:

Bapak (Jawarudin) menanamkan perilaku jujur dalam mempromosikan produknya. Menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan etika bisnis Islami, ramah, dan sebisa mungkin tidak melakukan hal-hal yang bisa mengecewakan pelanggan.<sup>30</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha telah menerapkan perilaku etis (*akhlaqiyyah*) dalam kegiatan pemasarannya, menjawab dengan ramah dan mau menjelaskan informasi produk secara lengkap. Dalam berkomunikasi dilakukan secara dua arah, tanpa memaksakan kehendak.<sup>31</sup> Keberhasilan pemasaran juga dipengaruhi dengan strategi pemasaran yang digunakan, semakin sesuai dengan lingkungan pemasarannya akan meningkatkan prosentase keberhasilan pemasaran. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang fleksibel, tidak kaku untuk diterapkan dalam suatu lingkungan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Pemasaran sangat penting dilakukan, saya hanya berusaha untuk menempatkan diri pada lingkungan sekitar. Sederhananya, menawarkan busana muslim pada lingkungan agamis, dan menawarkan pembuatan baju pencak silat pada lingkungan yang kental dengan bela diri. Harus tahu dulu kebiasaan di daerah yang ingin dikenalkan produknya, Menyusun strategi agar kata-kata dan perilaku pemasaran bisa diterima di lingkungan tersebut.<sup>32</sup>

Senada dengan pemaparan Mbak Tatik:

Produk yang diproduksi diusahakan memiliki manfaat yang positif dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Daerah pemasaran

---

<sup>30</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>31</sup> Observasi pada Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

<sup>32</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

produk termasuk banyak, Mbak, produk yang diminati satu daerah dengan daerah lain juga berbeda, strateginya ya memasarkan produk yang lebih banyak diminati pembeli.<sup>33</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha telah berusaha untuk menyesuaikan dengan lingkungan pemasarannya. Mengikuti kebiasaan masyarakat agar kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan lancar. Tidak memaksakan kehendak dalam memasarkan produk mereka, produk-produk yang dijual juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, ini termasuk dalam perilaku yang fleksibel (*al-waqi'yyah*). Sebagai pelaku bisnis harus bisa memikirkan strategi pemasaran yang baik tanpa mencederai hak orang lain. Tidak menghalalkan segala cara untuk mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya. Pendapat ini didasarkan oleh hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Kita produksi dan berjualan untuk memenuhi kebutuhan manusia, maka harus berfikir tentang apa saja yang diinginkan oleh pembeli. Bersaing boleh namun harus tetap bersaing dengan sehat, jangan menghalalkan segala cara seperti menjelek-jelekan usaha pesaing, tidak menawarkan produk kepada pembeli yang sedang bernegosiasi dengan pedagang lain. Harus bisa sportif, tidak curang, percaya saja sudah ada yang mengatur rezeki, harus bisa menghargai hak orang lain.<sup>34</sup>

Senada dengan pendapat Mbak Elysia:

Dalam pemasaran memotong jalur distribusi pedagang lain itu dilarang, apalagi sampai menjelek-jelekan produk pesaing. Menjelaskan keadaan produk dengan jujur, dan bisa menawarkan produk ketika tidak terjadi akad antara pedagang dengan pembeli lain.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

<sup>34</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>35</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

Sependapat dengan Mbak Tatik:

Biasa terjadi di pasar itu kan tawar menawar dengan beberapa pedagang yang berjejer, menyerobot calon pembeli pedagang lain itu tidak dibenarkan dalam pemasaran Islam. Tapi kalau dalam penawaran pembeli memutuskan tidak jadi membeli baru boleh menawarkan produk kita. Produk harus benar-benar sesuai dengan apa yang dijelaskan.<sup>36</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha berusaha mengimplementasikan aspek syariah humanistis (*al-insaniyyah*) dengan cara menghormati hak orang lain dan tidak curang dalam bersaing. Mereka percaya dalam menawarkan barang tidak boleh memotong pembicaraan antara pembeli dan pedagang lain.

Pengimplementasian aspek syariah juga dapat dilakukan dalam empat aspek bauran pemasaran. Segala produk yang dijual haruslah halal, baik dari bahan baku hingga proses produksi, serta bernilai guna yang pasti bagi konsumen. Produk pesanan harus sesuai dengan yang dicontohkan dan karakteristik yang diinginkan konsumen, jika ada kecacatan maka pelaku usaha akan berkomunikasi dengan konsumen untuk menentukan cara penyelesaiannya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Banyak dari barang yang saya jual diproduksi sendiri, maka saya benar menjamin bahwa bahan baku yang digunakan adalah halal, halal disini adalah suci. Produk yang diproduksi memikirkan kebutuhan pembeli, Insyaallah sesuai dengan yang diinginkan. Yang namanya usaha konfeksi pasti sering menerima pesanan, pasti ada pembicaraan tentang penyerahan barang, ada uang muka lalu proses pengerjaan dimulai, setelah selesai produksi dikonfirmasi dulu

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

sudah sesuai pesanan atau belum, ada yang perlu ditambah atau sudah dapat diterima dengan baik.<sup>37</sup>

Senada dengan Mbak Tatik:

Inshaallah halal dan bermanfaat bagi penggunanya. Bahan baku diperoleh dari *supplier* dengan kejelasan jenis dan harga, proses pengerjaan juga tidak menyalahi aturan kemanusiaan, bahkan bisa dikerjakan di rumah. Dalam melakukan produksi sebagai karyawan ya berhati-hati agar produk rapi dan tidak cacat, diteliti dulu sebelum jahitan disetorkan. Biasanya kalau ada cacat barang ditarik dan diproses ulang sesuai kebutuhan.<sup>38</sup>

Hal ini juga diperkuat dari jawaban Mbak Elysia:

Kehalalannya diutamakan, barang konfeksi seperti ini yang dilihat dari bahan bakunya bersih atau tidak, aman digunakan, dan terbuat dari hewan yang halal untuk dimanfaatkan. Barang pesanan bisa dicek terlebih dahulu, Bapak biasanya memberikan waktu sehari untuk mengajukan komplain.<sup>39</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha menjamin bahwa barang yang diproduksi dan dipasarkannya telah terjaga kesuciannya (halal untuk dimanfaatkan). Mereka juga memberikan jangka waktu untuk melakukan komplain barang, seperti jahitan kurang rapi atau ada kecacatan barang agar bisa perbaiki. Produk yang berkualitas tinggi membawa harga yang sebanding. Harga ini mengikuti harga bahan baku dan keuntungan yang ingin diambil. Dalam kegiatan pengambilan harga jual diperoleh dari penambahan biaya pokok produksi ditambah keuntungan per produk. Keuntungan juga diambil secukupnya tanpa

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>38</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

<sup>39</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

melipatgandakan harga. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak

Jawarudin:

Harga jual produk yang tentu sama dengan biaya membeli kain, biaya untuk gaji karyawan setelah menyelesaikan pesanan. Menjahui riba tentunya, ambil keuntungan sewajarnya saja, agar bisa tetap menembangkan usaha. Selama bahan baku yang diminta pelanggan masih bisa ditemukan, maka pesanan dapat diterima. Kadang dari *supplier* A tidak ada pindah ke *supplier* lain dengan harga yang beda saya konfirmasi terlebih dahulu. Jadi bukan saya mengubah harga seenaknya sendiri, pasti ada hal yang mendasari perubahan harganya. Tidak boleh harga dimainkan dengan sesuka hati. Tujuan bisnis bukan hanya untuk meningkatkan penjualan bahkan meningkatkan keuntungan saja,<sup>40</sup>

Didukung dengan pernyataan Mbak Elysia:

Harga jual cenderung sama dalam satu tahun, jika ada kenaikan harga bahan baku baru akan mengalami kenaikan harga. Harga satu produk antara pembeli satu dengan lainnya itu sama, tidak dibedakan. Bapak jarang mengubah harga, kecuali ada hal yang mendasarinya. Bapak (Bapak Jawarudin) tidak pernah menimbun stok untuk menaikkan harga, barang yang pertama datang akan dijual pertama pula.<sup>41</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha sepakat mengatakan bahwa mempermainkan harga dilarang tanpa atas dasar yang jelas. Harga ditetapkan dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi dengan keuntungan yang diberikan. Mereka juga mengambil keuntungan sewajarnya saja tanpa melipat gandakan keadaan. Selanjutnya implementasi syariah pada aspek *place*, yaitu berkaitan dengan letak usaha. Lokasi usaha haruslah berada di lingkungan yang aman dari

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>41</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

tindak kriminalitas, mudah dijangkau oleh konsumen, serta mobilisasi produk mudah. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Toko memang tidak terletak di jalan raya, namun kami telah memasang beberapa petunjuk di jalan raya agar konsumen tahu jalan menuju toko, alamat tempat usaha juga sudah terpasang di *google maps*. Wilayah toko juga aman dan terhindar dari tindakan kriminalitas, konsumen akan merasa aman. Konsumen bisa langsung melihat barang di *display* toko dan memesan sesuai keinginannya.<sup>42</sup>

Hal yang sama diungkapkan oleh Mbak Tatik:

Tempat usaha menurut saya masih mudah dijangkau ya. Mbak. Jalan yang mnejadi akses juga mudah tidak berlubang, wilayahnya aman dan nyaman, ada banyak mushola di dekatnya sehingga konsumen dari wilayah mana saja tetap bisa menjalankan ibadah sholat ketika sedang di toko.<sup>43</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha telah menempatkan usahanya di wilayah yang aman dan memiliki akses yang mudah untuk dilalui. Lingkungan sekitar tempat usaha juga mendukung untuk melakukan ibadah sholat saat berkunjung ke lokasi usaha. Implementasi syariah dalam aspek *promotion* paling dasar dapat dilakukan dengan mengatakan keadaan produk sesuai dengan keadaan nyata produk tanpa menutup-nutupi kecacatan. Melebih-lebihkan produk merupakan salah satu cara untuk menarik minat beli konsumen. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk. Kegiatan dilarang karena ia berbohong sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, selain itu di dalam kegiatan ini sering terdapat sumpah palsu.

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>43</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

Pendapat ini didukung oleh pernyataan Bapak Jawarudin:

Saya mempromosikan produk secara langsung, saat berhadapan dengan pembeli di toko maupun di pasar. Saya jelaskan kelebihan produk sesuai keadaan yang sebenarnya, tidak dilebih-lebihkan karena itu termasuk membohongi pembeli. Setiap toko di pasar saya tempatkan karyawan yang dapat dipercaya untuk melakukan promosi saat saya tidak ada disana. Saya sering menemui orang-orang itu mengunggulkan produknya, bersumpah jika produk ini banyak dibeli karena kualitasnya lebih baik di pasaran dan akan diberikan potongan jika pembeli mau membeli, tapi produk itu menggunakan bahan standar dan memang harganya segitu.<sup>44</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Elysia:

Promosi (pemasaran) dalam Islam itu yang penting jujur, tidak melebih-lebihkan dan tidak dikurang-kurangkan. Di pasaran sering ditemui pedagang sejenis yang sampai mengucapkan sumpah-sumpah agar pembeli tertarik, atau menyusun skenario bahwa barang yang sejenis dengan itu telah ditawarkan dengan harga yang tinggi, tujuannya agar pembeli yang ada tertarik dan mau membeli dengan harga yang sama. Ini tidak boleh dilakukan dalam kegiatan pemasaran.<sup>45</sup>

Senada dengan pernyataan Mbak Tatik:

Bapak selalu mengatakan kelebihan dan kekurangan yang ada dalam produk. Pada saat kembali dari Ponorogo beliau membawa beberapa produknya karena ada kecacatan dalam produk yang baru diketahui saat pembeli melihat-lihat. Beliau berusaha menjaga kualitas dagangannya agar kegiatan promosi yang selama ini telah dilakukan dapat berlaku hingga sekarang serta sebagai bentuk dari kejujuran.<sup>46</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha melakukan kegiatan promosi dengan cara langsung dari mulut ke mulut dengan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan produk yang ada. Mendasarkan kejujuran dalam kegiatan promosi, menyakini bahwa sumpah palsu dilarang dalam

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>45</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>46</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.



agama Islam. Sesuai dengan sifat wajib Rasulullah, yaitu *shiddiq*, kejujuran sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis. Ucapannya saat melakukan promosi dapat dipertanggungjawabkan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Saya selalu berusaha untuk jujur bagaimanapun keadaannya. Namanya berjualan tidak bisa selalu untung, ada naik turunnya. Menjual barang dengan kualitas yang baik, jangan mengurangi kualitas demi menambah keuntungan, tidak usah takut rugi selama kita sudah jujur. Waktu melakukan promosi harus direalisasikan dalam pesanan, dibuat sesuai dengan keinginan pembeli, baik dari bahan hingga desainnya. Jika pembeli menyerahkan karakteristik produk kepada produsen maka akan dikonfirmasi dulu dengan pembeli, jika sudah disetujui maka pesanan akan diproses dan diselesaikan dengan pengiriman barang.<sup>47</sup>

Hal ini didukung oleh jawaban Mbak Elysia:

Pada saat melakukan promosi ke pembeli, menyatakan produk sesuai dengan kebenaran produk tersebut, memakai kain jenis apa, harganya berapa. Hasil jasa pemesanan baju apapun diusahakan sesuai apa yang diucapkan saat promosi, misalnya pada saat promosi menjanjikan seragam dengan jenis kain katun dengan jangka waktu 1 bulan ya diusahakan untuk memenuhi jangka waktu tersebut.<sup>48</sup>

Dari paparan data diatas, pelaku usaha mendasari kegiatan pemasarannya dengan kejujuran dan rasa tanggungjawab atas apa yang telah diucapkan saat melakukan kegiatan pemasaran. Keberhasilan kegiatan pemasaran tergantung pada usaha yang dilakukan, pemasar harus mampu menyampaikan informasi produk dengan tepat. Pendapat ini didasarkan atas jawaban Bapak Jawarudin:

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>48</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

Semuanya tergantung pada usaha kita, jika ingin produk dikenal maka harus rutin memperkenalkannya. Mudah-mudahan, saya berjualan baju maka saya harus memasang baju di toko saya agar pembeli tahu. Sama seperti itu, promosi dilakukan dengan memberikan informasi produk kepada pembeli, penawaran produk saya lakukan secara langsung dari mulut ke mulut, tentunya harus cerdas dalam memilih padanan kata agar promosi menarik, sopan dan ramah. Setelah pembeli tahu apa saja yang saya jual dan kualitasnya, saya yakin akan berlanjut dari mulut ke mulut pembeli lain.<sup>49</sup>

Diperkuat oleh pernyataan Mbak Tatik:

Pemasaran yang dilakukan Bapak dilakukan secara langsung, beliau sering menerima telfon dari para pembeli, banyak juga yang langsung ke rumah. Beliau selau menjawab pertanyaan pembeli, menyampaikan informasi yang ingin diketahui pembeli. Berusaha untuk meyakinkan pembeli namun tidak menggurui.<sup>50</sup>

Senada dengan Mbak Elysia:

Memaksimalkan potensi yang dimiliki konfeksi dengan strategi pemasaran yang baik. Melihat trend yang ada, Bapak berusaha memanfaatkan situasi pasar, ketika Ramadhan kemarin itu banyak permintaan busana muslim, momen ini dimanfaatkan untuk mempromosikan produk busana muslim. Dengan promosi yang baik, alhamdulillah pesanan kemarin cukup banyak.<sup>51</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha berusaha untuk melakukan kegiatan pemasaran berpedoman sifat wajib Rasulullah, pemasaran dilakukan dengan berkala bukan hanya satu kali saja. Sebagai pemasar harus bisa melihat peluang yang ada dan memaksimalkan potensi usaha agar mampu bersaing dengan konfeksi sejenis. Penerapan syariah dalam kegiatan pemasaran sangatlah penting, karena merupakan kewajiban sebagai umat Islam.

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>50</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

<sup>51</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Tentunya sangat penting dan harus dilakukan, Mbak. Negara punya hukum, agama Islam itu punya syariat, ada hukumnya. Ada halal dan haram, harus tahu mana yang diperbolehkan dan mana yang dilarang. Pelanggaran syariat penjaranya bukan disini, tapi pasti akan dirasakan langsung di akhirat nanti. Dari awal saya sudah berusaha menerapkan aspek syariah secara bertahap tapi konsisten.<sup>52</sup>

Sependapat dengan Mbak Elysia:

Syariah itu adalah pedoman bagi umat Islam, terdapat di dalam Al-Qur'an bahkan telah dicontohkan oleh Rasulullah. Sangat penting untuk memasarkan sesuai syariah karena dampak yang ditimbulkan adalah positif, sama-sama menguntungkan bagi penjual maupun pembeli. Selama ini menerapkan syariah itu rasanya menjadi tenang. Karena dari awal sudah berjalan di jalan yang benar tidak khawatir lagi, memang awal usaha itu sangat berat karena masih meyakinkan pembeli, tapi seiring berjalannya waktu konfeksi semakin dikenal dan jalannya sudah terbuka.<sup>53</sup>

Begitu juga dengan Mbak Tatik:

Dalam melakukan kegiatan promosi, Bapak itu berusaha untuk menerapkan syariah, karena beliau yakin bahwa semua itu ada balasannya. Kalau sekarang melakukan pemasaran yang asal-asalan, membohongi pembeli, itu akan berdampak di masa depan kita kehilangan kepercayaan mereka. Kalau sekarang tidak dibiasakan menerapkan syariah, maka akan ada balasan di masa depan. Itu yang dipegang dari dulu hingga sekarang, jadikan pembeli bisa mempercayai konfeksi dengan penuh karena sudah tau pelayanannya.<sup>54</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa syariah merupakan pedoman utama yang harus dipegang oleh setiap muslim. Penerapan pemasaran sesuai syariah telah dilakukan mulai awal usaha dibangun hingga sekarang. Penerapan ini memberikan dampak di

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>53</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>54</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

masa mendatang, menguntungkan bagi semua pihak yaitu *image* yang baik dan kepercayaannya. Dengan menerapkan syariah, pelaku usaha tidak akan takut dalam menghadapi pesaing usaha sejenis, bahkan mampu meluaskan daerah pemasaran. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Jawarudin:

Jika sudah melakukan yang terbaik dengan usaha dan doa yang baik pula, maka InsyaAllah akan diberikan yang terbaik pula. Semua hanya masalah waktu dan proses, setiap orang tidak sama, cobaan orang tidak sama, keberhasilan orang juga tidak sama. Saya berusaha untuk selalu menerapkan syariah dalam setiap kegiatan usaha saya, alhamdulillah hingga saat ini masih bisa berjalan dan kirim ke luar Tulungagung sudah menjadi pencapaian yang luar biasa. Meskipun pendapatan usaha tidak selalu naik setiap tahun namun masih tergolong stabil. Sudah berusaha untuk membuka pesanan diluar produksi biasa seperti seragam Anshor, hingga perguruan silat. Pesanan tetap ada meskipun tidak selalu ada. Bersyukur, InsyaAllah akan ditambah nikmat oleh Allah.<sup>55</sup>

Begitu juga dengan hasil wawancara Mbak Tatik:

Permintaan barang cukup stabil, Mbak. Produksi tergolong lancar, ini membuktikan bahwa tingkat kepercayaan pembeli pada Konfeksi Langgeng tinggi. Saya percaya ini adalah hasil dari kejujuran yang diterapkan selama kegiatan pemasaran. Pendapatan yang diperolehpun tergolong stabil, Mbak, dari gaji saya stabil bahkan tidak jarang mendapat bonus.<sup>56</sup>

Senada dengan Mbak Elysia:

Konfeksi di Tulungagung itu kan banyak, kami yakin bahwa konfeksi kami dapat bersaing di pasar, buktinya permintaan produk baik di Tulungagung dan sekitarnya masih tinggi. Ini berarti konfeksi kami telah mendapatkan nama di masyarakat. Konfeksi kami masih bisa bersaing secara sehat dengan konfeksi lainnya. Pendapatan ya tergolong stabil ya, ada peningkatan juga tidak

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

<sup>56</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

terlalu tinggi, namun yang jelas tiap momen tertentu selalu ada pesanan yang cukup tinggi.<sup>57</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha yang telah menerapkan aspek syariah pada kegiatan pemasarannya telah memiliki *image* yang baik di pasar, dibuktikan dengan stabilnya permintaan produk hasil konfeksinya. Pendapatan yang didapat setiap tahunnya tergolong stabil, dan konsumen cenderung melakukan pemesanan kembali pada momen tertentu karena sudah mempercayai layanan Konfeksi Langgeng. Mereka yakin bahwa Konfeksi Langgeng dapat bertahan dan bersaing secara sehat dengan konfeksi-konfeksi lain di Tulungagung maupun luar Tulungagung.

Dampak mengimplementasikan syariah dalam aspek pemasaran produk yang dirasakan oleh pelaku usaha adalah perasaan tenang karena telah berjalan di jalan yang benar. Komunikasi dengan pelanggan juga berjalan lancar karena dilakukan dengan jujur dan sopan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Jawarudin:

Perasaannya aman dan tenang karena sudah berjalan di jalan yang benar. rasanya seperti usaha telah diridhoi oleh Allah, selalu ada jalan di setiap cobaan. Saya berusaha untuk selalu amanah, dan alhamdulillah kebanyakan pembeli juga orang yang amanah. Komukasi dengan pembeli juga menjadi lancar tidak ada perseteruan, keuntungan usaha juga bersih dan halal.<sup>58</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Elysia:

Pastinya tenang karena tidak ada yang ditutupi dari pembeli. Terjaga dari hal-hal yang tidak diinginkan, seperti penipuan. Perilaku

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>58</sup> Wawancara dengan Bapak Jawarudin, Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 26 April 2021.

menjadi lebih terjaga karena senantiasa menerapkan aturan syariah.<sup>59</sup>

Senada dengan pernyataan Mbak Tatik:

Rasanya menjadi tenang karena apa yang dilakukan sudah sesuai syariat dan apa yang diterima adalah halal, dimana tidak menguntungkan maupun merugikan salah satu pihak saja.<sup>60</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha merasakan dampak selama mengimplementasikan syariah pada kegiatan pemasarannya. Dampak yang dirasakan adalah perasaan dan jiwa merasa tenang, apa yang dilakukan dan di dapat telah sesuai dengan syariat, menjadi lebih baik karena menjaga perilaku sesuai dengan pedoman yang ada.

## 2. Konfeksi Norma

Pemasaran merupakan hal yang penting dalam melakukan kegiatan usaha, tak terkecuali pada usaha jenis konfeksi. Pada saat melakukan kegiatan pemasaran, informasi tentang produk yang dipasarkan haruslah dapat dijelaskan dengan baik agar konsumen dapat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk tersebut. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Saya tidak mempelajari ilmu pemasaran secara formal, namun dari pengalaman menjalankan usaha selama ini, jika memberikan informasi yang baik, maka produk dapat diterima dengan baik. Memposting produk secara rutin salah satu strategi yang saya gunakan agar pembeli mengetahui kualitas dan produk yang dapat diproduksi di konfeksi saya.<sup>61</sup>

Pendapat serupa diungkapkan oleh Mas Agus:

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Mbak Elysia, Asisten Pemilik Konfeksi Langgeng, pada tanggal 17 Februari 2021.

<sup>60</sup> Wawancara dengan Mbak Tatik, Karyawan Konfeksi Langgeng, pada tanggal 04 Mei 2021.

<sup>61</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

Menurut saya, kalau mau produknya dikenal secara luas harus mau mempromosikannya. Ibu (Nurul) sering mengunggah status di whatsapp pasti kontaknya banyak, itu juga bagian dari usaha mempromosikan produk.<sup>62</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha menyadari pentingnya strategi pemasaran yang baik agar dapat menarik minat pembeli. Penyebarluasan informasi produk dalam jangkauan luas akan mendorong peluasan daerah pemasaran. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah, menerapkan etika Islami. Pemasaran dengan etika Islami telah banyak dicontohkan oleh Rasulullah SAW, dalam melakukan kegiatan usaha, khususnya pemasaran, berperilaku jujur menjadi pedoman utama. Pendapat ini diutarakan oleh Ibu Nurul sebagai berikut:

Etika yang baik adalah kejujuran, dalam hal apapun baik saat mempromosikan produk hingga pelayanan terhadap pembeli. Tidak membedakan antara satu pembeli dengan pembeli lainnya. Rasulullah selalu menyampaikan kekurangan bahkan keuntungan yang diambil dari produknya dan menghindari riba, ini menunjukkan tingginya kejujuran beliau.<sup>63</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Anis:

Jujur adalah yang paling utama, kalau semua dilakukan dengan jujur usahanya menjadi berkah. Nabi mencontohkan untuk jujur saat berdagang. Ibu (Nurul) bahkan berpesan kepada semua karyawannya jika Norma tidak melayani pembelian dengan nota kosong demi menerapkan kejujuran.<sup>64</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Ibu sering melayani pembeli secara langsung, beliau menjelaskan produk sesuai dengan keadaan aslinya. Saya juga sering berhadapan dengan pembeli di toko, mereka bertanya tentang kesediaan barang,

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>63</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>64</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

jika barang ada saya jawab ada. Barang yang dikirim diminta untuk dilakukan pengecekan ulang, jika ada kekurangan kami diminta untuk menjelaskan kepada pembeli terkait kekurangannya dan penyelesaiannya.<sup>65</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa etika pemasaran yang baik dengan menjadikan kejujuran sebagai dasar dalam setiap kegiatannya. Kejujuran sangat penting diterapkan, jika berbohong maka termasuk dalam perbuatan yang dilarang oleh Allah. Beberapa hal dilarang dalam melakukan pemasaran, beberapa diantaranya seperti menjual barang yang bukan miliknya tanpa persetujuan pemilik aslinya; membesar-besarkan ucapan saat mempromosikan barang dagangan; dan hal-hal lainnya yang dapat merugikan orang lain. sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Berbohong merupakan perilaku yang dilarang. Ada banyak hal yang dilarang seperti mempromosikan barang yang bukan hak milik pribadi dan membesar-besarkan kualitas produk padahal tidak seperti itu. Ini akan merugikan pembeli serta produsen itu sendiri.<sup>66</sup>

Senada dengan jawaban Ibu Anis:

Dalam pemasaran ada perkataan yang meyakinkan pembeli untuk mempercayai produk yang dijual, pada saat ini kita menjelaskan kelebihan produk yang ada namun tidak boleh membesar-besarkan harus sesuai dengan kenyataan. Kalau dalam mempromosikan barang suka melebih-lebihkan, memang konsumen akan senang, namun nanti akan kecewa karena ternyata tidak sesuai dengan yang dikatakan, bisa-bisa meminta ganti rugi.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>66</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>67</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.



Berdasarkan paparan data diatas, pelaku usaha mengetahui dan meyakini bahwa berbohong merupakan larangan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Hal-hal lain yang merugikan pembeli juga dilarang, karena merupakan pencederaan hak orang lain.

Implementasi syariah selanjutnya dalam karakteristik marketing syariah yang meliputi beberapa aspek. Dalam melakukan usaha, khususnya pemasaran harus dilandasi dengan niat beribadah, senantiasa mengingat bahwa setiap perilaku kita diawasi oleh Allah. Menghentikan kegiatan bekerja ketika telah masuk waktu sholat. Selalu berikhtiar menjemput rezeki, selanjutnya dipasrahkan dengan berdoa. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Dalam usaha yang saya lakukan, saya berusaha sepenuh hati untuk berjalan di jalan Allah. Saya berusaha semaksimal mungkin, sisanya saya serahkan beriringan dengan panjatan doa. Yang namanya usaha pasti ada pasang surut, yang penting jujur pada diri sendiri dan orang lain.<sup>68</sup>

Diperkuat dengan jawaban Ibu Anis:

Hati-hati dalam menjalankan usaha harus selalu jujur, pada waktunya sholat kita sholat. Kalau sedang ramai sholatnya bergantian, yang penting tidak meninggalkan sholat tapi pekerjaan juga tidak terbengkalai.<sup>69</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha berusaha untuk mendasari kegiatannya dengan ibadah kepada Allah. Mereka percaya bahwa apapun yang terjadi dalam kegiatan usahanya ada yang mengawasi sehingga senantiasa berhati-hati dalam bertindak. Dalam melayani konsumen

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>69</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

mengedepankan etika berbisnis, hal yang paling dasar ialah keramahan. Tidak marah ketika banyak ditanya oleh konsumen, dan tidak kecewa apabila konsumen tersebut belum memutuskan untuk membeli produknya. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Nurul:

Keramahan pelayanan diberikan kepada semua pembeli baik yang ingin memesan atau hanya bertanya-tanya saja. Etikanya berdagang tidak memaksa mereka harus membeli produk milik kita, atau marah ketika sudah bertanya banyak tapi tidak jadi membeli. Ya intinya menghargai setiap orang.<sup>70</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mas Agus:

Kalau ada pembeli yang bertanya harus dijawab dengan sopan, ditunjukkan barang yang sedang dicari, kalau dimintai pendapat tentang barang mana yang lebih bagus ya dijelaskan sesuai dengan kenyataannya.<sup>71</sup>

Senada dengan Mbak Anis:

Hal yang biasa, Mbak, pembeli bertanya-tanya, Ibu (Nurul) sering duduk di depan sambil mendampingi karyawan bekerja, itu kalau ada pembeli datang dan bertanya ya dijawab dengan murah hati, selalu tersenyum. Kalau ada karyawannya yang sinis saat menjawab pasti ditegur.<sup>72</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha telah menerapkan perilaku etis (*akhlaqiyyah*) dalam kegiatan pemasarannya, ini dilihat saat melayani pembeli di toko. Ramah dan tidak memaksa pembeli untuk membeli setelah bertanya-tanya.<sup>73</sup> Pemasaran yang dilakukan juga bersifat fleksibel, menyesuaikan lingkungan pemasarannya. Pelaku pemasaran harus berpakaian sopan dan memahami batasan yang boleh

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>71</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>72</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>73</sup> Observasi pada Konfeksi Norma, pada tanggal 30 Maret 2021.

dilakukan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Karyawan saya bebaskan untuk memakai pakaian apa saja, namun saya menghimbau karyawan untuk selalu berpakaian sopan. Selalu mengikuti tren masa kini agar produk tidak ketinggalan dengan yang lain, namun tentunya juga melihat sisi nilai produk, tidak mungkin Norma memproduksi produk yang lebih banyak keburukannya daripada kebaikannya. Sesibuk apapun tetap mengutamakan ibadah.<sup>74</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Pakaian bebas, Mbak, senyamannya, tapi ya harus sopan karena pasti bertemu dengan orang banyak. Mempromosikan produk sendiri sudah pasti tapi juga tidak memaksa harus membeli disini.<sup>75</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha telah berusaha untuk menyesuaikan dengan lingkungan pemasarannya. Mengikuti trend terkini untuk menarik minat pembeli namun tetap mematuhi nilai dan norma kesopanan. Tidak memaksakan kehendak dalam memasarkan produk mereka, ini termasuk dalam perilaku yang fleksibel (*al-waqi'yyah*). Sebagai pelaku usaha yang menjual produk kepada konsumen, haruslah memikirkan tentang hak konsumen. jangan menghalalkan segala cara apalagi membohongi konsumen untuk memperoleh keuntungan. Hal ini disampaikan oleh Ibu Nurul:

Bagaimanapun juga sesama manusia harus saling mengasihi, jangan maunya untung sendiri tapi merugikan orang lain. Jangan mencederai janji, mencari keuntungan sewajarnya saja.<sup>76</sup>

Senada dengan pendapat Ibu Anis:

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

<sup>75</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>76</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 18 April 2021.

Iya, keuntungan diambil sewajarnya, saya tahu karena saya juga membantu dalam melakukan pembukuan. Jadi harga produk tidak terlalu tinggi untuk konsumen. Pesanan apapun juga dikerjakan sesuai yang diminta konsumen, tenggat waktunya juga diusahakan tepat bahkan selesai sebelum tanggal perjanjian. Kalau memang ada kendala diberitahu dulu agar bisa dicari penyelesaiannya.<sup>77</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha menyakini bahwa dalam melakukan usaha sebaiknya juga memikirkan dari sisi konsumen, tidak membandrol harga terlalu tinggi. Dalam menyelesaikan pesanan juga sebisa mungkin tepat waktu. Ini merupakan implementasi syariah dalam aspek humanistis (*al-insaniyyah*).

Selanjutnya implementasi syariah dapat direalisasikan dalam empat aspek bauran pemasaran, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Produk yang diproduksi harus halal, baik dari bahan baku hingga proses pembuatannya. Produk juga harus memberikan manfaat kepada penggunanya. Pada produk pesanan juga diberikan hak untuk melanjutkan atau membatalkan pesanan, ini terletak pada saat pemesanan awal dan penyerahan barang. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Selalu diperhatikan, karena kehalalan merupakan suatu syarat wajib yang harus terdapat pada produk yang ingin dikonsumsi oleh umat muslim. Kehalalan akan selalu saya perhatikan karena saya muslim. Pastinya juga bermanfaat, karena ini dibutuhkan dalam kegiatan sehari-hari, misalnya seragam kan pasti memberikan manfaat. Orang yang mau memesan biasanya bertanya-tanya, jenis kain ini untuk dibuat ini harganya berapa, saya jelaskan, jika tidak cocok boleh tidak jadi memesan. Kalau jadi memesan kita buat produknya, saat penyerahan barang saya minta untuk dicek dulu, jika ada cacat

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

atau kurang rapi karena kesalahan kami bisa dikembalikan untuk diganti.<sup>78</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Bahan bakunya halal karena diperoleh dari pembelian berdasarkan kesepakatan dengan distributornya. Pembuatannya juga dengan proses yang baik, dikerjakan dengan bantuan manusia yang jasanya diganti dengan gaji. Produk pasti bermanfaat ya, Mbak, untuk pembeli bisa dipakai, untuk karyawannya bisa jadi penghasilan. Kalau untuk retur, setahu saya, waktu menyerahkan barang pembeli cek pesannya dulu. Kalau ada yang kurang cocok bisa dinego dengan persetujuan Ibu (Nurul).<sup>79</sup>

Hal ini juga diperkuat dari jawaban Ibu Anis:

InsyaAllah halal, Mbak. Kalau ada pembeli yang ingin pesan itu biasanya tanya-tanya dulu, nanti diakhir bisa memutuskan untuk jadi pesan atau tidak. Di awal ada kesepakatan dengan Ibu (Nurul) jika ada cacatnya agar bisa diperbaiki lagi, nanti waktu pengemasan dicek, waktu pengiriman di cek lagi.<sup>80</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa produk yang diproduksi dalam usahanya adalah halal dan *tayyib* (memberikan manfaat). Manfaat dari produk tersebut dirasakan oleh banyak pihak, dari produsen hingga konsumen. Dalam usaha pesanan, di Konfeksi Norma terdapat opsi *khiyar* pada awal akad dan di akhir waktu penyerahan barang.

Penetapan harga jual produk dilakukan dengan menjumlahkan biaya produksi dengan keuntungan yang diinginkan. Dalam mengambil keuntungan dengan jumlah yang sewajarnya dan tidak berlipat karena menghindari riba. Mempermainkan harga dengan cara menimbun produk

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>79</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>80</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

atau melakukan penawaran palsu sering dilakukan karena banyaknya pesaing, kegiatan seperti ini tentunya akan merugikan konsumen. Riba dan manipulasi harga telah dilarang secara tegas, hal ini diungkapkan oleh Ibu Nurul:

Harga produk ditetapkan dari pejumlahan pengeluaran bahan dan jasa pembuatan produk menjadi harga pokok lalu ditambah keuntungan, harga bahan baku produk sangat mempengaruhi harga akhir karena semakin tinggi jenis bahan yang digunakan maka akan menaikkan harga jual. Saya berusaha menghindari riba karena itu dilarang. Saya percaya dengan menjauhi riba maka Allah akan meridhoi usaha saya. Banyaknya pesaing produk yang sama menyebabkan manipulasi harga dan menahan produk lumrah digunakan pengusaha. Ini tidak benar untuk dilakukan, saya sangat menjaga perilaku ini agar tidak digunakan oleh saudara-saudara yang membantu saya di luar pulau.<sup>81</sup>

Didukung dengan pernyataan Ibu Anis:

Harga jual itu meliputi biaya beli bahan baku, biaya tenaga kerja, kalau barang sablon atau bordir juga menambah biaya produksi. Nanti ditotal terus ditambahkan keuntungan yang akan diambil, tidak sampai melebihi biaya produksi, bahkan keuntungan itu sering diambil sedikit agar harga tidak terlalu tinggi.<sup>82</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Di Tulungagung saja banyak usaha yang sama, bisa dilihat banyak toko-toko pakaian. Jika barang ada untuk dijual maka kita akan mengatakan ada, jika memang tidak ada ya tidak ada. Barang yang sedikit juga tetap dijual dengan harga awal tanpa menaikkan harga. Semua kegiatan disini dibudayakan jujur, insyaAllah tidak memakan uang yang haram.<sup>83</sup>

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>82</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>83</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha telah berusaha untuk menjauhi riba dalam menetapkan harga jual produknya, bahkan berupaya untuk meminimalkan laba untuk menekan harga jual. Barang yang ada tidak ditahan hanya untuk menaikkan harga jual, pelaku usaha berusaha untuk menghindari persaingan yang tidak sehat diantara para produsen serupa.

Lokasi strategis merupakan hal yang harus direncanakan dengan matang agar memberikan kemudahan akses konsumen untuk menuju lokasi usaha. Pemilihan lokasi yang dekat dengan wilayah pemasaran (konsumen) akan mempercepat perputaran barang. Kemudahan akses jalan menuju tempat usaha juga akan membantu konsumen untuk menuju lokasi usaha. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Tempat usaha saya mudah dijangkau dari arah mana saja. Karena terletak di pinggir jalan utama desa dan jalan alternatif. Mobilisasi juga tergolong tinggi, dan wilayah sekitar padat penduduk. Saya dibantu anak untuk memasukkan alamat usaha di internet, jadi orang dari daerah mana saja dapat mengunjungi toko dengan mudah.<sup>84</sup>

Hal yang sama diungkapkan oleh Mas Agus:

Letaknya kan ini di pinggir jalan utama, banyak kendaraan dari luar juga lewat disini, lingkungannya juga aman dari kriminalitas, konsumen bisa dengan mudah mengenali konfeksi ini karena ada spanduk nama di sepanjang toko dan tidak khawatir untuk langsung datang ke toko.<sup>85</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha telah menempatkan usahanya wilayah yang mudah dijangkau dan aman untuk dikunjungi

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>85</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

konsumen dari wilayah mana saja. Untuk memudahkan pencarian alamat dimasukkan ke dalam internet sesuai dengan letak toko, sehingga konsumen yang baru pertama kali ingin mengunjungi bisa langsung menuju toko dengan bantuan internet.

Selanjutnya, implementasi syariah dalam aspek *promotion* dilakukan dengan mempromosikan produk baik secara langsung maupun melalui media sosial dengan jujur. Produk yang dipromosikan harus sesuai dengan keadaan asli produk tersebut, tidak dilebih-lebihkan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Promosi produk selalu sesuai dengan ukuran dan bahan yang digunakan, konfeksi Norma berusaha menjaga kualitas produk yang dijual, ada pembeli yang bertanya maka saya akan menjawab sesuai dengan keadaan produk yang ada, bisa melalui sms, telepon maupun whatsapp. Kondisi produk juga dapat dilihat secara langsung, maka pembeli dapat membuktikan kebenaran kualitas produk. Menerima pesanan melalui media sosial. Kelebihan dan kekurangan produk juga disampaikan dengan apa adanya, jujur tanpa ada kebohongan, semua karyawan juga harus mempelajari karakteristik produk agar bisa menjelaskan dengan tepat.<sup>86</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Anis:

Promosinya langsung ketika ada pembeli diarahkan untuk beli produk sesuai dengan kebutuhannya, misalkan pembeli mau membeli seragam, kan seragam ada banyak jenis kainnya, dijelaskan sesuai dengan keadaan produk. Sering melihat Ibu (Nurul) promosi produk di status *whatsapp*.<sup>87</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Kalau dulu promosi dari mulut ke mulut langsung, sekarang sudah punya nama, banyak yang sudah mengenal dan datang pesan kesini. Sekarang promosinya ya langsung ketika ada pembeli datang,

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>87</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Konfeksi Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.



atau waktu ada yang tanya-tanya lewat telfon dijelaskan sesuai dengan produk yang ada. Ditawari jasa bordirnya atau sablon.<sup>88</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha melakukan promosi produk didasari dengan kejujuran, yaitu tidak melebih-lebihkan barang yang ada. Menawarkan tambahan jasa seperti bordir dan sablon kepada konsumen yang memesan. Kegiatan pemasaran produk dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut dan melalui sms, telfon, atau media sosial *whatsapp*.

Rasulullah telah memberikan banyak pedoman dalam berdagang. Empat sifat wajib Rasulullah bisa diterapkan dalam kegiatan pemasaran. Jujur dalam berkata dan bertindak, menjaga kepercayaan konsumen dengan menepati janji penyelesaian pesanan, mampu memanfaatkan momen-momen tertentu agar dapat memaksimalkan pesanan yang masuk, serta harus cerdas dalam memilih kalimat promosi agar konsumen tertarik dengan produk konfeksi. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Nurul:

Kejujuran adalah hal yang saya pegang dari memulai usaha hingga sekarang. Pembeli meminta bahan A untuk pesannya, maka kita juga menggunakan bahan A, tidak mencari bahan yang sejenis tapi lebih murah. Pesanan diusahakan untuk selalu tepat waktu, jika ada halangan yang mengganggu proses produksi akan disampaikan kepada pemesan terlebih dahulu. Promosi dilakukan dengan memanfaatkan waktu tertentu, seperti saat penerimaan siswa baru saya memposting jasa pembuatan (sistem borongan) seragam sekolah berbagai ukuran. Dengan memanfaatkan momen ini, hingga sekarang Norma telah dipercaya banyak instansi pendidikan di Tulungagung, banyak pesanan yang akan masuk saat penerimaan siswa baru, diantaranya topi identitas sekolah hingga seragam khas. Dalam memasarkan produk harus cerdas dalam berbicara. Dapat

---

<sup>88</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

melihat peluang penjualan produk saat melakukan komunikasi dengan pembeli.<sup>89</sup>

Diperkuat oleh pernyataan Ibu Anis:

Berusaha untuk selalu jujur dalam berkata dan bertindak, tidak melayani pembelian dengan nota kosong. Amanah dalam membuat pesanan, dicarikan sesuai dengan permintaan pembeli dan selalu dikomunikasikan. Kalau sedang tahun ajaran baru juga dimanfaatkan untuk membuat kesepakatan menarik dengan pihak sekolah.<sup>90</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Jujur yang terpenting, kalau sudah jujur insyaAllah menjadi dapat dipercaya. Untuk memasarkan juga harus tahu waktu kan ya, Mbak. Jadi benar-benar harus pintar memanfaatkan waktu yang ada, pintar memilih kata yang menarik minat pembeli tapi tentunya tidak melebih-lebihkan kenyataan yang ada dan harus sopan. Promosi juga dilakukan sesering mungkin jadi pembeli tahu kita masih aktif.<sup>91</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha telah mengimplementasikan syariah dalam bidang pemasarannya berpedoman dengan empat sifat wajib Rasulullah SAW. Mendasari kegiatan usaha maupun kegiatan pemasaran dengan kejujuran, dalam menerima pesanan dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Mampu memanfaatkan momen tertentu yang berpotensi dapat memberikan pesanan dengan jumlah banyak. Harus pandai dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga mendorong minat beli tanpa meninggalkan norma kesopanan.

Aspek syariah sangatlah penting dipahami dan diterapkan oleh semua pelaku usaha, tak terkecuali pada kegiatan pemasaran produk.

Karena apapun yang dilakukan di dunia adalah untuk beribadah kepada

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>90</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>91</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

Allah, maka seluruh kegiatan harus mendapatkan ridho dari-Nya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Menurut saya penting menerapkan syariah, karena setiap yang kita lakukan harus diridhoi oleh Allah, maka untuk mencapai itu harus menuruti anjuran yang ada. Ibarat jalan, ini adalah jalan yang benar, tidak ada usaha yang langsung memberikan keuntungan secara besar, saya berdagang dengan berpedoman pada agama sejak mendirikan usaha ini. Untung rugi itu semua cobaan dari Allah, bisa tidak kita tetap berdiri di jalan yang benar.<sup>92</sup>

Begitu pula hasil wawancara dengan Ibu Anis:

Penting, Mbak. Syariah itu kan pedoman dalam menjalani hidup, agar semuanya dapat memberikan manfaat maka dalam usaha memperolehnya harus dengan jalan yang benar. Sejak ikut Ibu (Nurul) berdagang saya merasa ada hal yang baik bertambah satu persatu. Sebagai muslim ini kan sebagai kewajiban, pasti ada hikmah dibalik semua ini.<sup>93</sup>

Senada dengan Mas Agus:

Semua yang dilakukan di dunia pasti ada balasannya, begitu juga kegiatan usaha akan dipertanyakan bagaimana cara kita bekerja, bagaimana memperoleh uang. Kalau kita mematuhi aturan yang sudah dibuat, maka akan mudah menjawab pertanyaan seperti itu. Apa yang dianjurkan untuk dilakukan pasti memberikan manfaat, jadi dalam kegiatan pemasaran pun hendaknya menerapkan aspek syariah.<sup>94</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa segala perbuatan yang dilakukan di dunia harus dipertanggungjawabkan. Dengan mengamalkan aspek syariah, maka mereka telah berjalan sesuai tuntunan Allah. Mereka percaya ada hikmah dalam suatu perintah dan mengutamakan keridhoan-Nya dalam menjalankan usaha. Implementasi syariah telah dilakukan sejak membangun usaha konfeksi. Pada dasarnya

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>93</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>94</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

semua kegiatan yang dilakukan di dunia adalah semata-mata untuk beribadah kepada Allah.

Keuntungan merupakan suatu bonus yang diterima karena tetap tegar berjalan di jalan Allah. Penerapan syariah tidak akan mengurangi kemampuan bersaing antara pelaku usaha, sebaliknya ia akan menciptakan suasana persaingan yang sehat. Sebagai seorang muslim hendaknya percaya bahwa tidak akan merugikan menerapkan aspek syariah di dalam kegiatan pemasaran produk, bahkan dapat memberikan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang seperti nama baik dan kepercayaan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Nurul:

Bisa bertahan dan bersaing dengan usaha lainnya itu sebenarnya tergantung pada keyakinan dan usaha kita, mampu atau tidak kita bertahan, apalagi di situasi baru seperti covid cobaannya lebih banyak lagi. Namanya patuh terhadap syariah itu pasti akan membawa ke jalan yang lebih baik lagi. Misalnya kita saat promosi jujur, menerima pesanan dengan amanah, tidak ingkar janji, tidak melukai hati pembeli, pasti pembeli akan senang dengan pelayanan kita dan akan mempercayai usaha kita. Itu semua kan kegiatan yang dianjurkan oleh syariah.<sup>95</sup>

Senada dengan pernyataan Mas Agus:

Ya pasti pembeli menjadi percaya dengan konfeksi kita, karena perilaku sesuai syariah itu positif, memberikan dampak yang baik. Kita jujur dalam menjelaskan produk sehingga pembeli tertarik membeli produk dan merasakan kualitas yang baik dari produk tersebut, otomatis akan menumbuhkan kepercayaan. Biasanya jadi memesan kembali di tempat yang sama saat membutuhkan jasa konfeksi.<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>96</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Ibu Anis:

Kalau menerapkan aspek syariah dalam kegiatan pemasaran akan memberikan rasa puas kepada pembeli, bisa dari berbagai hal, mungkin pelayanannya bagus, keadaan produk sesuai dengan yang dipromosikan di awal. Pembeli pasti merasa senang, kalau senang biasanya dia secara tidak langsung akan mempromosikan ke temannya berdasarkan pengalamannya.<sup>97</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa dengan menerapkan aspek syariah dalam kegiatan pemasarannya akan mendorong timbulnya rasa percaya konsumen terhadap konfeksi mereka. Perilaku pemasaran yang sesuai dengan syariah akan memberikan nilai tambah kepada usaha yang dijalankan karena tanggung jawabnya sebagai produsen selalu diperhatikan. Dengan meningkatnya kepercayaan pembeli maka secara tidak langsung akan mendorong peningkatan pendapatan dari waktu ke waktu.

Hal ini disampaikan oleh Ibu Nurul:

Alhamdulillah, saya merasakan ada peningkatan pendapatan, Mbak. Karena di luar pulau saya juga ada yang membantu (saudara) untuk penjualan masih cenderung lancar. Usaha terus untuk melakukan promosi di *whatsapp*, yang penting sudah berusaha yang lainnya Allah lebih tahu mana baiknya.<sup>98</sup>

Senada dengan Ibu Anis:

Selama membantu Ibu dalam melakukan pembukuan, alhamdulillah mengalami peningkatan pendapatan dari tahun ke tahun. Peningkatannya diperoleh dari pembeli baru maupun pembeli lama yang telah membuktikan pelayanan kami, hal ini karena konfeksi sudah dipandang baik oleh pembeli. Meskipun tidak selalu banyak, namun tetap ada kenaikan pendapatan.<sup>99</sup>

---

<sup>97</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>98</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>99</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

Hal yang sama juga dirasakan oleh Mas Agus:

Saya tahu bahwa banyak pelanggan lama yang melakukan pemesanan kembali di konfeksi pada saat momen tertentu. selain itu, Norma sendiri sudah dipercaya banyak sekolah di Tulungagung untuk mengerjakan seragam hingga topi khas. Ini merupakan hasil dari menerapkan perilaku sesuai pedoman syariah. Kami berusaha untuk amanah, dan sebagai imbal baliknya Allah berikan rezeki.<sup>100</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha telah merasakan dampak menerapkan aspek syariah dalam kegiatan pemasarannya berupa pelanggan yang setia. Perilaku bisnis yang sudah sesuai dengan syariah akan memberikan dampak positif dalam jangka panjang. Kepercayaan konsumen setelah diberikan pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan, dan cenderung akan melakukan pemesanan kembali. Perasaan lahir dan batin pelaku usaha menjadi lebih tenang tanpa beban dan percaya bahwa apa yang didapatkan telah diridhoi. Pendapat ini didasarkan atas pernyataan Ibu Nurul:

Rasanya seperti tidak ada beban, semua disampaikan apa adanya tanpa ada rahasia. Hati tenang karena apa yang di dapat selama ini sudah sesuai dengan tata cara yang benar. Mendapatkan keuntungan tanpa melukai pembeli dan sebagai gantinya mendapatkan kepercayaan mereka itu adalah keberhasilan suatu usaha. Sudah hampir 3 tahun Norma itu tidak melayani pembelian dengan nota kosong, memang pada awal penerapan pembeli berkurang namun karena kualitas dan pelayanan yang nyata kami berikan mereka kembali memesan lagi, tenang ya mbak jadi tidak disalahgunakan.<sup>101</sup>

Hal yang sama diungkapkan Ibu Anis:

Perasaannya ya menjadi senang karena sudah melakukan tindakan yang sesuai, setiap mau melakukan apapun menjadi lebih hati-hati karena ingat kepada Allah. Rezeki yang didapat bersih dan halal, selain itu konfeksi mendapat pandangan baik dari pembeli.<sup>102</sup>

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>101</sup> Wawancara dengan Ibu Nurul, Pemilik Konfeksi Norma, pada tanggal 01 Mei 2021.

<sup>102</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

Begitu pula dengan pernyataan Mas Agus:

Sangat berdampak pada batin, merasa tenang karena sudah memilih perilaku yang benar, berusaha untuk tidak mendekati larangannya. Aman karena kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan anjuran syariah, menguntungkan bagi semua pihak. Usaha yang kami lakukan menjadi berkah dan pembeli mendapat pelayanan baik dan dapat dipercaya.<sup>103</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha merasakan dampak penerapan syariah terhadap lahir dan batin mereka, dengan menerapkan ketentuan pembelian dengan nota asli (bukan nota kosong) mereka menjalankan usaha dengan tenang dan merasa aman karena telah sesuai dengan pedoman yang benar. Memberikan dampak positif pula terhadap pandangan konsumen pada Konfeksi Norma, membentuk kepercayaan konsumen yang mengarah pada loyalitas konsumen.

### **3. UKM Tulip Craft**

Pemasaran merupakan aspek yang penting dalam upaya mengenalkan dan mengedarkan produk suatu perusahaan. Setiap usaha yang berkaitan dengan penjualan barang maupun pelayanan jasa sangat membutuhkan rancangan pemasaran yang matang agar target penjualan maupun pelayanan dapat tercapai. Islam telah memberikan pedoman bagi umatnya dalam menjalani kehidupan, tak terkecuali dalam kegiatan muamalah. Urgensi melakukan pemasaran yang matang diungkapkan oleh Mbak Linda bahwa:

---

<sup>103</sup> Wawancara dengan Mas Agus, Karyawan Norma, pada tanggal 03 Mei 2021.

Dalam melakukan suatu usaha, terlebih penjualan produk seperti konfeksi, strategi pemasaran harus dipertimbangkan terlebih dahulu. Sebelum memasuki pangsa pasar, salah satunya kita harus menentukan bagaimana ekspektasi konsumen terhadap produk kita, semaksimal mungkin kita harus memberikan yang terbaik pada pembeli.<sup>104</sup>

Senada dengan pernyataan Ibu Mamik:

Promosi itu sangat penting, untuk mendapatkan nama (*image*) yang baik dari masyarakat harus bisa mempromosikan produk dengan baik. Kalau asal dalam melakukan pemasaran bisa saja terancam tutup usaha, kan banyak itu contohnya, saat ada produk yang viral berbondong-bondong membuka usaha, beberapa bulan kemudian tahu-tahu sudah hilang keviralnya dan usahanya berhenti karena tidak mengetahui ilmu pemasaran yang benar.<sup>105</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha berpendapat bahwa dengan promosi yang baik, produk akan dikenal secara luas dan dapat diterima oleh konsumen. Mereka mengerti tentang pentingnya memiliki strategi pemasaran yang terencana dengan baik. Etika pemasaran Islam telah banyak dicontohkan oleh Rasulullah SAW pada saat beliau berdagang. Berperilaku jujur, selalu berusaha untuk ramah dalam memasarkan produk kepada masyarakat merupakan hal yang harus dipegang oleh pelaku pemasaran, dan yang terpenting harus menjauhi segala yang dilarang dalam syariat agama. Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak Linda:

Memasarkan apapun barangnya, yang harus dipegang adalah jujur, amanah, sabar, selalu berikhtiar, serta tidak mau memakan harta riba. Pemasaran yang baik adalah yang menjauhi larangan-Nya. Seiring berjalannya waktu, kejujuran akan memupuk kepercayaan

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>105</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.



pembeli, InsyaAllah pembeli akan membeli kembali. Semua yang dilarang sebenarnya memang merugikan bagi kita, jadi sebisa mungkin kita harus menjauhinya.<sup>106</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Mbak Dian:

*Customer Service* kan paling banyak berhadapan dengan pembeli, Mbak. Harus bisa berkomunikasi dengan baik, jujur, melayani pembeli dengan ramah, harus bisa meyakinkan pembeli tentang produk yang kami miliki. Jangan sampai pembeli kehilangan kepercayaan dengan produk.<sup>107</sup>

Senada dengan Ibu Mamik:

Namanya memasarkan produk itu kan harus sesuai dengan keadaan produk yang ada, harus jujur tidak membual. Bisa dibilang pembeli kan adalah pemilih, jadi harus bisa menyampaikan kelebihan produk tanpa melebih-lebihkan keadaan. Melebih-lebihkan keadaan sama saja berbohong, bisa dianggap sebagai sumpah palsu, tidak boleh dilakukan karena akan berdampak buruk bagi reputasi konfeksi.<sup>108</sup>

Berdasarkan paparan data diatas, informan menyakini bahwa pemasaran yang baik adalah berkata dengan jujur sesuai keadaan barang yang dibawa. Informan mengetahui bahwa selain pedoman perilaku yang dapat dilakukan, ada beberapa perilaku yang dilarang saat melakukan kegiatan pemasaran. Larangan ini ada yang tertulis di dalam Al Qur'an hingga diajarkan melalui dakwah Rasulullah. Mbak Linda mengemukakan larangan dalam pemasaran sebagai berikut:

Segala yang dilarang oleh Allah adalah yang merugikan bagi umat-Nya. Beberapa diantaranya adalah memakan harta riba, tidak amanah, tidak bertanggung jawab, dan berbohong kepada konsumen.<sup>109</sup>

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>107</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>108</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

<sup>109</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

Senada dengan jawaban Ibu Tin :

Apa yang merugikan itu dilarang, ketidakjelasan yang sampai merugikan tidak boleh, misalnya menawarkan tas yang masih berupa kain, sudah dibayar kontan, kita kan tidak tahu nanti jadi berapa, kualitasnya bagaimana.<sup>110</sup>

Begitu juga dengan jawaban Mbak Dian:

Dalam kegiatan pemasaran tidak boleh sampai mengecewakan pelanggan, jangan menjelek-jelekkkan produk lain hanya untuk mengunggulkan produk sendiri. Tidak memaksakan kehendak pembeli. Intinya jangan berbohong.<sup>111</sup>

Berdasarkan paparan data diatas, pelaku usaha mengetahui hal dasar yang menjadi larangan saat melakukan kegiatan pemasaran. Melebih-lebihkan keadaan barang daripada aslinya, atau memberikan penawaran barang yang belum jelas baik dari kualitas dan kuantitasnya. Tidak berbohong dan melakukan perbuatan yang merugikan orang lain dilarang saat melakukan aktivitas pemasaran.

Aktivitas bisnis bagi seorang muslim, bukan hanya digunakan untuk mencari keuntungan yang tinggi, namun bisnis sebagai salah satu ibadah untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Senantiasa menjaga shalat walaupun sedang melakukan kegiatan usaha. Setiap perilaku bisnis yang diniatkan untuk beribadah kepada Allah, maka pengusaha tersebut akan selalu berhati-hati dalam berperilaku maupun bertutur kata.<sup>112</sup>

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak Linda:

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Ibu Tin Sulistiani, *Quality Control Tulip Craft*, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>111</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service Tulip Craft*, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>112</sup> Observasi di Tulip Craft, pada tanggal 03 Februari 2021.

Kunci pemasaran adalah pada ucapan lalu dibuktikan dengan perbuatan. Saya percaya bahwa apapun yang dilakukan saat ini kelak akan ada balasannya, sekecil apapun perbuatan dan ucapan tidak akan luput dari-Nya. Maka dari itu lebih baiknya semua kegiatan harus dilakukan secara hati-hati, diniatkan untuk Allah. <sup>113</sup>

Diperkuat dengan jawaban Ibu Mamik:

Semuanya sudah ada yang mengatur (Allah), Mbak. Kita tidak perlu takut gagal dalam menjalankan usaha, InsyaAllah selalu ada jalan. Memang jalan menuju keberhasilan itu berat, selama kita benar dan patuh (terhadap petunjuk-Nya) kita tidak akan tersesat. Toko memiliki cctv, kita juga memiliki, Dia yang Maha Besar. Dari Allah akan kembali kepada Allah. Saya menanamkan pemikiran ini kepada anak-anak saya, termasuk Linda sebagai penanggung jawab pemasaran. Saya percaya mereka sudah bisa menjaga lisan dan perbuatan mereka. <sup>114</sup>

Senada dengan Ibu Tin :

Apa saja usaha yang dilakukan harus dengan niat yang baik, harus didasarkan dengan rasa kemanusiaan dan iman kepada Allah. Ketika kita senantiasa mengingat-Nya semua usaha akan diberkahi. Selalu berusaha menjemput rezeki, tapi ketika waktu ibadah harus diutamakan ibadahnya. <sup>115</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, dapat dipahami bahwa Allah Maha Mengetahui atas segala sesuatu yang kita lakukan. Niat dalam bekerja yang lebih utama adalah untuk beribadah kepada-Nya.

Informan mengetahui bahwa penerapan nilai religius (*rabbaniyyah*) sangat berpengaruh penting terhadap kelancaran usaha. Mereka percaya

---

<sup>113</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>114</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

<sup>115</sup> Wawancara dengan Ibu Tin Sulistiani, *Quality Control* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

rezeki sudah diatur oleh Allah, dan akan kembali kepada Allah. Penerapan etika bisnis yang bermoral (etis) dalam kegiatan pemasaran sangat diperlukan oleh setiap pelaku usaha. Melayani dengan ramah, tidak membedakan antara konsumen satu dengan lainnya merupakan salah satu nilai moral yang harus dipegang saat melakukan pemasaran. Hal ini diungkapkan oleh Mbak Linda:

Tulip Craft menampilkan iklan produk sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Pelayanan yang kami berikan dengan selalu ramah dalam menjawab pertanyaan *customers*, selalu berusaha untuk fast respon agar konsumen segera mengetahui informasi produk. Memberikan produk *knowlage* kepada *customers* agar lebih memahami tentang produk yang kita jual, serta melayani komplain dengan sabar.<sup>116</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Dian:

Etika secara islami ya sabar dalam menghadapi pembeli, melayani dengan ramah. Ketika pembeli ingin mengetahui informasi produk kita jelaskan dengan nada yang rendah dan kalimat yang mudah dipahami.<sup>117</sup>

Senada dengan Ibu Tin :

Jam terbang pemasar itu harus tinggi karena pasti akan bertemu dengan banyak orang yang masing-masing tidak sama. Harus tahu bagaimana cara mengatasi pembeli, harus sabar dalam menjawab pertanyaan pembeli. Kami telah mempromosikan produk sesuai dengan keadaan aslinya dan menjaga kualitasnya, jadi kami mempromosikan produk tanpa unsur penipuan.<sup>118</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, informan telah menerapkan perilaku etis (*akhaqiyyah*) dalam kegiatan pemasarannya. Bersikap

---

<sup>116</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>117</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>118</sup> Wawancara dengan Ibu Tin Sulistiani, *Quality Control* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

ramah dan murah hati kepada setiap konsumen tanpa membedakan. Melakukan kegiatan promosi dengan menampilkan keadaan yang sebenarnya tanpa ada unsur penipuan. Pemasaran harus dilakukan sesuai dengan kebiasaan lingkungan agar dapat diterima dengan baik. Promosi akan lebih baik dilakukan pada saat yang tepat pada momen tertentu dan tentunya harus peka terhadap trend terbaru agar tidak tertinggal dari pesaing lain. Pendapat ini didasarkan oleh jawaban Mbak Linda:

Kegiatan pemasan tim marketing kami sebisa mungkin dilakukan atas dasar profesional. Kami menawarkan barang yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, mengerti momen yang tepat untuk melakukan kegiatan pemasaran dan selalu *update* terkait tren yang bisa mengimbangi pasaran.<sup>119</sup>

Senada dengan Ibu Mamik:

Ya harus bisa mengikuti trend pasaran, motif dan desain tas agar tetap menjadi pilihan pembeli. Saat melakukan kegiatan pemasaran tidak boleh memaksakan untuk membeli produk, yang penting sudah menjelaskan keadaan produk dengan jelas.<sup>120</sup>

Seperti halnya pendapat Mbak Dian:

Kami tidak memaksakan sesuatu yang tidak cocok digunakan di wilayah tersebut, pada saat pemasaran sebisa mungkin dijalankan dengan menggali saran dan harapan pembeli terhadap produk tas. Dengan informasi itu, kami dapat mendesain produk yang sesuai dengan kebuhan pelanggan.<sup>121</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, dalam melakukan kegiatan pemasaran pelaku usaha telah berusaha untuk mengimplementasikan

---

<sup>119</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>120</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

<sup>121</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

aspek fleksibel (*al-waqi'yyah*) dengan professional, tidak memaksakan apa yang tidak dibutuhkan oleh konsumen. Mereka menawarkan barang yang dibutuhkan oleh konsumen, dan mencoba untuk mengikuti trend terkini agar terus dapat meng*upgrade* wawasan pemasaran. Sebaik-baiknya usaha adalah yang memberikan manfaat bagi sesama manusia dan tidak merugikan. Apabila ada barang yang cacat harus disampaikan, tidak dibenarkan ketika sengaja menyembunyikan cacat barang untuk memperoleh keuntungan, ini sama saja menghalalkan segala cara. Hal ini sebagaimana wawancara dengan Mbak Linda:

Setiap tahun kan memiliki target penjualan, sebisa mungkin harus meningkat dari tahun sebelumnya. Untuk memenuhi target dengan melakukan iklan dan menyusun strategi iklan, iklan harus menarik tapi tetap memikirkan aspek kemanusiaannya. Tidak menyinggung unsur sara. Alih-alih menutupi kekurangan produk, kami berusaha untuk semaksimal mungkin menjaga kualitas produk kami sehingga memiliki nilai guna yang tinggi.<sup>122</sup>

Senada dengan pendapat Ibu Tin :

Jika keadaan dibalik, saya menjadi pembeli, pasti tidak akan suka dibohongi. Menjual produk yang terdapat cacat tanpa konfirmasi dan persetujuan terlebih dahulu akan sangat mengecewakan dari pihak pembeli. Tidak menjelek-jelekkkan produk pengusaha lainnya. Bagaimanapun juga harus tetap memikirkan dari sisi pembeli jika ingin usaha dapat berjalan dalam jangka waktu yang lama.<sup>123</sup>

Senada dengan pendapat Mbak Dian:

Melayani pembeli dengan sepenuh hati merupakan tanggung jawab *customer service*, dalam berhubungan dengan pembeli sebisa mungkin saya menggunakan kata-kata yang sopan, yang sekiranya tidak akan melukai perasaan bahkan menjatuhkan harga diri pembeli. Menginformasikan ketika ada barang pesanan yang cacat

---

<sup>122</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>123</sup> Wawancara dengan Ibu Tin Sulistiani, *Quality Control* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

karena kesalahan pekerja, dan mau bertanggung jawab jika ada komplain atas produk.<sup>124</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha mengimplementasikan syariah dalam aspek humanistis (*al-insaniyyah*) dengan cara menghargai perasaan konsumen, tidak menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan yang tinggi. Tidak menutupi kecacatan suatu barang, dan tidak menjelek-jelekkan produk lain hanya untuk menaikkan nama konfeksi mereka.

Selanjutnya implementasi syariah dapat direalisasikan dalam empat aspek bauran pemasaran. Implementasi syariah pada *product* berkaitan dengan aspek kehalalan produk yang diproduksi, baik dari bahan baku hingga proses pembuatannya. Selain itu, produk harus benar-benar bermanfaat, dalam arti memberikan kebaikan (*thayyib*) bukan produk yang dapat mengarahkan pada keburukan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Mamik:

Tentu saja, bahan yang saya gunakan halal dan suci. Setiap ada pesanan saya selalu mengkonfirmasi dulu kepada pembeli, mau pakai kain jenis apa, atau mau yang bagaimana. Setelah itu saya memesan kain ke supplier. Pada saat pengiriman barang juga dilakukan pengecekan terlebih dahulu agar memastikan keutuhan barang. Jika ada kerusakan akibat kelalaian konfeksi, dapat dikomunikasikan dan kami akan mengganti produk tersebut.<sup>125</sup>

Senada dengan Mbak Dian:

Saya selalu meyakinkan pembeli bahwa bahan baku produk kami terjamin kebersihan dan kesuciannya, sehingga pembeli tidak perlu mengkhawatirkan kehalalalalan barang. Perjanjian pemesanan juga selalu dikonfirmasi terlebih dahulu agar tidak menemui masalah

---

<sup>124</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>125</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

diakhir penyerahan barang. Pembeli dapat memutuskan untuk meneruskan atau menghentikan akad pesanan setelah mendengarkan informasi atau paparan pemasaran jika dirasa tidak cocok.<sup>126</sup>

Hal ini juga diperkuat dari jawaban Ibu Tin :

Produknya halal untuk digunakan, karena terbuat dari bahan baku yang bersih dan suci. Bahkan sebagian dari bahan baku adalah pemrosesan limbah tak terurai, yang mana akan membantu mengurangi sampah yang ada. Dengan menggunakan produk ini juga akan membantu untuk menggantikan kantong plastik. Kalau masalah *khiyar* insyaallah tetap ada selama diperjanjikan saat pembuatan akad pesanan, jadi jika ada yang tidak sesuai dapat dilakukan retur atau penggantian dana sesuai dengan ketidaksesuaian pesanan.<sup>127</sup>

Didukung oleh pernyataan Mbak Linda:

Menjamin kebersihan dan kehalalan produk telah menjadi tanggung jawab kami. Ketika produk tidak sesuai dengan yang diharapkan bisa dikomunikasikan dengan baik untuk penyelesaian. Opsi ini terletak antara produsen dengan konsumen, maupun produsen dengan *supplier*.<sup>128</sup>

Berdasarkan paparan data tersebut, informan telah mengimplemetasikan aspek syariah pada bauran *product*, dengan memperhatikan aspek kehalalan dari bahan baku hingga proses produksi. Juga menerapkan opsi *khiyar* dimana pilihan meneruskan atau membatalkan akad jual beli (atau pesanan) pada saat pembuatan akad (baik dengan konsumen maupun *supplier*) dan pada saat penyerahan barang.

---

<sup>126</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service Tulip Craft*, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>127</sup> Wawancara dengan Ibu Tin Sulistiani, *Quality Control Tulip Craft*, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>128</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.



Dalam menarik minat beli konsumen, produsen seringkali memberikan potongan harga untuk pembelian dengan batas minimum pesanan. Atau produsen juga memberikan harga murah untuk produknya dengan mengurangi atau meminimalkan laba. Cara paling sederhana untuk menetapkan harga jual suatu produk adalah dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya produksi lainnya ditambah keuntungan yang ingin dimiliki. Yang menjadi pembeda dalam menetapkan harga sesuai prinsip syariah adalah menghindari riba. Selain riba, pelaku pemasaran juga tidak boleh melakukan penimbunan produk yang mengarah pada keadaan seolah-olah barang tersebut langka agar bisa menaikkan harga jual, hingga melakukan sumpah palsu (penipuan).

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Mamik:

Pastinya dari biaya produksi ditambah keuntungan dan biaya kirim. Karena semua produk di produksi dari Tulungagung akan dikirim ke pemesan langsung, dan beberapa dikirim ke kantor pusat di Bogor. Sebisa mungkin menghindari riba, tidak melipatgandakan harga, yang penting bisa mengcover pengeluaran dan untuk gaji karyawan. Tidak mengada-ada jumlah barang agar bisa seenaknya dinaikkan harganya, tidak akan berkah uang tersebut nantinya.<sup>129</sup>

Didukung dengan pernyataan Ibu Tin :

Kalau saya mengatakan harga itu membawa kualitas, kualitas barang di Tulip Craft dijamin karena setiap tahap produksi melalui pengawasan kualitas. Namun harga produk masih dalam jangkauan karena kami tidak mengambil keuntungan yang tinggi dan kami berusaha untuk tidak melakukan manipulasi harga apalagi memakan harta riba. Harga disesuaikan dengan pengeluaran-pengeluaran nyata saat memproduksi produk tersebut.<sup>130</sup>

---

<sup>129</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

<sup>130</sup> Wawancara dengan Ibu Tin Sulistiani, *Quality Control* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

Senada dengan pernyataan Mbak Linda:

Menentukan harga jual itu dihitung dengan mempertimbangkan biaya produksi hingga keuntungan yang ingin diambil. Dari tim pemasaran sendiri tidak jarang memberikan harga khusus dengan potongan untuk pemesanan dengan jumlah banyak atau diskon pada saat momen tertentu. Ini juga merupakan upaya promosi yang lumrah ditemukan dalam kegiatan pemasaran. Manipulasi harga sangat tidak relevan di dunia *marketing*, karena hal tersebut mengandung unsur penipuan. Lebih baik mengiklankan sebuah produk apa adanya dengan kondisi yang sesungguhnya. Jika ada produk maka katakan ada jika produk habis ya katakan habis.<sup>131</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha menetapkan harga jual dengan berpatokan pada biaya produksi ditambah dengan biaya operasional lainnya serta keuntungan yang diinginkan. Penerapan syariah dibidang *price* adalah dengan berusaha menghindari riba dan manipulasi harga seperti sumpah palsu.

Lokasi yang strategis akan membantu usaha mudah dijangkau oleh konsumen. Lokasi usaha terletak di daerah yang padat penduduk dan dekat dengan wilayah penjualan. Tempat juga mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, jika tempat tersebut berada di dekat dengan tenaga kerja maka akan memudahkan proses produksi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Mamik:

Rumah produksi diletakkan di Tulungagung karena dibagi tugas, saya yang mengawasi produksi dan pusat yang mengatur distribusi produk, selain itu disini mobilisasi tergolong mudah, dekat dengan tenaga kerja sekitar. Lingkungan sekitaar juga aman dari tindak kriminalitas dan bukan menjadi wilayah anarkis, jadi tidak akan menimbulkan kekhawatiran bagi pembeli yang ingin memantau proses produksi.<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>132</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

Hal yang sama diungkapkan oleh Mbak Linda:

Dari awal membangun usaha itu harus dipertimbangkan dahulu lokasi usaha, apakah akan membangun di dekat bahan baku, tenaga kerja, pasar, atau lainnya. Sengaja usaha ini dibagi tempat produksi di Tulungagung karena dekat dengan tenaga kerja, hingga sekarang mudah mencari karyawan dan proses produksi bisa meningkat. Sedangkan pusat usaha di Bogor, dekat dengan konsumen, memudahkan untuk memasarkan produk dan mencari relasi. Dalam Islam yang penting lokasi harus bebas dari hal-hal negatif yang merugikan.<sup>133</sup>

Senada dengan Mbak Dian:

Lokasi usaha sangat mudah dijangkau oleh konsumen, selama hari kerja, dari wilayah mana saja bisa langsung datang kemari dengan bantuan *google maps* yang sudah akurat. InsyaAllah, wilayahnya aman dan masyarakatnya menghargai semua agama.<sup>134</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha telah mempertimbangkan letak usahanya dengan membagi menjadi dua tempat, yaitu induk usaha dan tempat produksi. Pemilihan ini mempertimbangkan kebutuhan tenaga kerja serta upaya pemudahan distribusi produk. Lokasi usaha yang mudah dijangkau, bebas untuk beribadah, dan aman dari kejahatan akan membantu mempermudah kegiatan pemasaran konfeksi.

Dalam aspek *promotion* penerapan syariah dapat dilakukan dengan menyampaikan informasi produk sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk tanpa menutupi apapun. Dalam menyampaikan tidak melebih-lebihkan hingga

---

<sup>133</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>134</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

cenderung membohongi konsumen. Hal ini disampaikan oleh Mbak

Linda:

Informasi produk sangat mudah didapatkan oleh konsumen, hal tersebut dapat dicari melalui *marketplace*, media sosial maupun chat melalui *whatsapp*. Promosi dilakukan dengan menyampaikan kelebihan dan kekurangan produk. Produk yang kami jual merupakan upaya pengurangan sampah maupun limbah plastik dengan kualitas yang bisa dibandingkan dengan produk dari toko lain. Namun kami masih memiliki kelemahan yaitu kemiripan hasil desain produk masih di angka 80% karena menggunakan tenaga manusia. Kadang promosi dilakukan dengan memberikan potongan harga.<sup>135</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Dian:

Memberikan informasi tentang produk dengan jujur, harus bisa menarik minat beli pembeli tanpa melebih-lebihkan keadaan produk. Tugas saya adalah membantu tim pemasaran melayani pembeli untuk memenuhi keinginan pembeli. Menjawab pertanyaan dari pembeli, hingga membantu menyelesaikan komplain baik secara langsung maupun melalui media.<sup>136</sup>

Senada dengan pernyataan Ibu Mamik:

Kalau melakukan promosi, tim selalu memastikan sesuai dengan keadaan barang yang dipromosikan, jadi tidak akan terjadi komplain di masa depan. Jujur dan apa adanya, jangan sampai berbohong dengan kata-kata manis yang nanti malah merusak citra konfeksi.<sup>137</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha melakukan promosi produk secara langsung maupun media didasari dengan kejujuran. Mereka meyakini bahwa dalam mempromosikan suatu produk harus sesuai dengan keadaan riil barang tersebut, sehingga tidak membohongi

---

<sup>135</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>136</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>137</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

konsumen. Promosi yang sesuai dengan syariat tidak memberikan sumpah palsu (kata-kata manis) dan tidak menutupi kekurangan produk.

Rasulullah banyak memberikan contoh melakukan kegiatan pemasaran pada masanya yang dapat dicontoh oleh semua pelaku usaha di bidang produk maupun jasa. Implementasi syariah selanjutnya dapat dilakukan dengan mengamalkan empat sifat wajib Rasulullah, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *fatonah*, dan *tabligh*. Sebagai pelaku pemasaran hendaknya jujur dalam berucap; bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan; tidak berhenti untuk meningkatkan ilmu pemasaran; serta istikomah dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Hal ini diungkapkan oleh Mbak Linda:

Sifat wajib Rasulullah merupakan pedoman dalam melakukan kegiatan pemasaran. Perilaku *shiddiq* diwujudkan dengan jujur terhadap harga yang kami jual, tidak melebihkan maupun dikurangi. Siapapun konsumennya mendapat harga dan kesempatan potongan harga yang sama. *Amanahnya* dengan mengirimkan produk sesuai dengan yang dipesan. Jadi pesanan yang ada seringkali dalam jumlah yang besar, dikirim dengan jumlah yang pas tanpa dikurangi, ini merupakan usaha untuk menepati janji saat melakukan pemasaran. Perilaku *fatonah* dilakukan dengan selalu *improve* atau *upgrade* ilmu terkait marketing. Perilaku *tabligh* dengan memasukkan promo tertentu sebagai sarana promosi. Menyampaikan informasi produk harus mudah dipahami oleh konsumen. Menggunakan bahasa yang santun, dan menyampaikan keunggulan produk sehingga mampu menarik minat pembeli tanpa melebih-lebihkan keadaan produk.<sup>138</sup>

Diperkuat oleh pernyataan Ibu Mamik:

Promosi tidak dilakukan sekali atau dua kali, melainkan terus-menerus dengan istikomah. Dalam kegiatan apapun yang paling dasar itu kan jujur dan menepati janji. Tulip Craft selalu berusaha

---

<sup>138</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

untuk selalu jujur dalam menyampaikan informasi produk, mengerjakan pesanan sesuai dengan tenggat waktu yang disepakati oleh pembeli. Sebagai muslim kita harusnya bersyukur karena telah diberikan banyak contoh dalam kegiatan sehari-hari. Tim pemasaran selalu belajar dari waktu ke waktu untuk lebih memahami ilmu pemasaran dengan belajar khusus ilmu pemasaran.<sup>139</sup>

Senada dengan Mbak Dian:

Kegiatan pemasaran dilakukan dengan menyampaikan spesifikasi produk tanpa melebih-lebihkan keadaan produk, saat berunding mengenai pesanan produk harus memperjelas semuanya, mulai dari spesifikasi produk, jangka waktu pengerjaan, hingga harga produk. Harus pandai dalam mengatur jadwal agar tidak terbentur dengan jadwal lainnya. Menerapkan perilaku sesuai syariah itu kan kewajiban dan memang harus digunakan karena niat kita untuk beribadah, tentunya harus melakukan apa yang diridhoi. Kami berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen menjadi puas dan bisa merekomendasikan konfeksi kami kepada teman-temannya.<sup>140</sup>

Dari paparan data di atas, pelaku usaha telah berusaha mengimplementasikan aspek syariah dalam aspek pemasaran produk konfeksinya dengan berpedoman pada sifat wajib yang dimiliki Rasulullah SAW. Mereka meyakini bahwa kejujuran merupakan hal dasar yang harus dipegang, begitu pula sifat *amanah*, *fatonah*, dan *tabligh*, sangat penting dimiliki pemasar sebagai bentuk kepatuhan terhadap Allah sekaligus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Sebagai seorang muslim, hendaknya menerapkan perilaku yang sesuai syariah, baik dalam kegiatan apapun, tak terkecuali dalam kegiatan pemasaran produk konfeksi. Penerapan syariah sangat penting

---

<sup>139</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

<sup>140</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

agar terhindar dari hal-hal yang mudharat dan merugikan orang lain bahkan diri sendiri. Pendapat ini didasarkan oleh hasil wawancara Mbak Linda yang mengatakan:

Sangat penting menerapkan aspek syariah, karena apa yang kita dapatkan sebisa mungkin menjadi rezeki yang halal dan berkah agar terhindar dari hal-hal yang mudharat. Dan pasti ini sebagai jalan dakwah, ikhtiar kita menuju peradaban Islam yang lebih baik sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. Dengan menggunakan konsep pemasaran syariah, usaha ini tetap bisa bersaing dengan usaha lain yang menjual produk yang sama. Kami percaya dan meyakini bahwa rezeki sudah terdapat takarannya, namun tidak lupa kami berikhtiar untuk menjemput rezeki yang berkah dan halal.<sup>141</sup>

Didukung oleh hasil wawancara dengan Mbak Dian:

Dengan mengimplementasikan syariah pada kegiatan usaha, mengarahkan kami pada persaingan bisnis secara sehat. Dalam mengatasi persaingan ini kami tidak menjelek-jelekkkan produk lain atau membuat iklan produk palsu. Kegiatan yang dilakukan menjadi lebih terarah,<sup>142</sup>

Senada dengan Ibu Mamik:

Pemasaran dengan aspek syariah menuntun kami untuk selalu menjemput rezeki dengan cara yang benar sehingga apa yang diperoleh akan menjadi halal. Dengan mengamalkan syariah, manusia akan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan sehingga dapat bersaing secara sehat. Kasarannya, manusia dapat memanusiakan sesamanya sesuai norma yang ada.<sup>143</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha meyakini bahwa syariah merupakan aspek yang sangat penting diterapkan dalam menjalankan usaha, tak terkecuali pada kegiatan pemasaran. Dengan mengimplementasikan syariah, mereka yakin bahwa Tulip Craft dapat

---

<sup>141</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>142</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>143</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

bersaing dengan usaha sejenis, tentunya secara sehat dengan menghargai hak orang lain. Etika bisnis yang sesuai dengan syariah akan membawa keuntungan bagi pelaku usaha dalam jangka panjang, salah satunya adalah peningkatan pendapatan dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap barang yang dijual. Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak Linda:

Omset dari tahun ke tahun cenderung meningkat, ada pesanan rutin yang dikirim di luar pulau Jawa, memang pendapatan dari usaha berkurang pada saat covid meningkat, sehingga kami alihkan produksi untuk memproduksi baju *overall* sebagai donasi dan mendapat status PT dari pemerintah daerah di bidang kesehatan.<sup>144</sup>

Senada dengan Ibu Mamik:

Jadi setiap tahun alhamdulillah mengalami peningkatan jumlah produksi, kenaikan ini juga menambah pendapatan yang diterima setiap tahun. Hanya saja kami sempat terguncang dengan adanya covid, sehingga pengiriman sangat terkendala. Bahan masih tersedia banyak, sehingga terfikirkan untuk memproduksi alat pelindung diri untuk tenaga kesehatan. Tidak disangka menjadi viral karena diangkat oleh berita nasional dan sempat diwawancarai di acara tv swasta. Ini menjadi *image* yang sangat positif untuk Tulip Craft.<sup>145</sup>

Diperkuat dengan pernyataan Mbak Dian:

Pesanan setiap tahun itu meningkat, Mbak. Banyak dari pembeli baru, namun juga banyak dari pembeli lama yang *re-order*. Karena pemasaran yang sesuai syariah itu memberikan dampak yang baik, yang menerapkan pasti akan menjaga ucapan dan perilakunya, melakukan kegiatan pemasaran dengan santun dan jujur, hingga menerima *feedback* yang positif dari pembeli.<sup>146</sup>

---

<sup>144</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

<sup>145</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

<sup>146</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.



Dari paparan data di atas, pelaku usaha merasakan dampak positif selama menerapkan aspek syariah dalam perilaku usahanya. Pendapatan yang didapat setiap tahunnya mengalami kenaikan, mendapat konsumen yang loyal sekaligus konsumen baru yang puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam karakteristik *marketing* syariah terdapat aspek humanistik yang nyata dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu donasi alat pelindung diri bagi tenaga kesehatan untuk menghadapi wabah covid. Ini memiliki dampak yang positif bagi *image* Tulip Craft. Lahir dan batin menjadi lebih tenang karena jujur dalam melakukan kegiatan pemasaran, tenang karena yakin bahwa harta yang diperoleh adalah halal dan bersih tanpa mencederai orang lain. Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak Linda:

Jiwa dan hati lebih tenang karena kita tidak menyembunyikan apapun, mengimplementasikan syariah dengan harapan agar apa yang dilakukan menjadi berkah. Konsumen menjadi lebih percaya terhadap konfeksi kami karena pelayanan yang telah kami berikan. Sebenarnya dari awal usaha didirikan kami sudah sesuai pedoman Islam, dalam artian tidak menyimpang. Namun mulai fokus mendalami marketing syariah sejak awal tahun 2020 kemarin, dan salah satu bukti nyata kami memberikan donasi secara ikhlas untuk membantu pemerintah melawan Covid dengan memanfaatkan bahan baku dan keahlian kami.<sup>147</sup>

Hasil wawancara serupa disampaikan oleh Mbak Dian:

Pesanan setiap tahun itu meningkat, Mbak. Banyak dari pembeli baru, namun juga banyak dari pembeli lama yang *re-order*. Karena pemasaran yang sesuai syariah itu memberikan dampak yang baik, yang menerapkan pasti akan menjaga ucapan dan perilakunya, itu sudah sesuai pedoman Islam ya Mbak, melakukan kegiatan

---

<sup>147</sup> Wawancara dengan Mbak Linda, Penanggung Jawab Bidang Pemasaran, pada tanggal 21 April 2021.

pemasaran dengan santun dan jujur, hingga dari waktu ke waktu kami menerima *feedback* yang positif dari pembeli.<sup>148</sup>

Senada dengan jawaban Ibu Mamik:

Jadi setiap tahun alhamdulillah mengalami peningkatan jumlah produksi, kenaikan ini juga menambah pendapatan yang diterima setiap tahun. Hanya saja kami sempat terguncang dengan adanya covid, sehingga pengiriman sangat terkendala. Bahan masih tersedia banyak, sehingga terfikirkan untuk memproduksi alat pelindung diri untuk tenaga kesehatan. Tidak disangka menjadi viral karena diangkat oleh berita nasional dan sempat diwawancarai di acara tv swasta. Ini menjadi *image* yang sangat positif untuk Tulip Craft.<sup>149</sup>

Berdasarkan paparan data di atas, pelaku usaha merasakan dampak yang positif dengan menerapkan aspek syariah di bidang pemasaran produk konfeksinya. Kegiatan usaha telah dilakukan dari awal pembentukan usaha, namun pada awal tahun 2020 UKM Tulip Craft fokus untuk menerapkan marketing sesuai syariah secara bertahap. Mereka menjadi lebih tenang dalam melakukan segala sesuatu karena terhindar dari rasa takut dan ragu-ragu. Mendapatkan *feedback* yang positif dari para konsumen, salah satunya adalah kepercayaan dan loyalitas.

## C. Temuan Penelitian

### 1. Implementasi Syariah di Bidang Pemasaran

---

<sup>148</sup> Wawancara dengan Mbak Dian, *Customer Service* Tulip Craft, pada tanggal 03 Mei 2021.

<sup>149</sup> Wawancara dengan Ibu Mamik, Penanggung Jawab Bidang Produksi, pada tanggal 05 April 2021.

Berdasarkan paparan data di atas, dapat ditemukan bahwa aspek syariah sudah diterapkan dalam bidang pemasaran produk konfeksi pada Konfeksi Langgeng, Norma, dan Tulip Craft. Pelaku pemasaran (*marketer*) masing-masing konfeksi telah memahami bahwa pemasaran harus dilakukan secara matang karena berkaitan dengan penyampaian informasi produk yang diproduksi. Kegiatan pemasaran harus bisa disampaikan dengan baik agar dapat diterima oleh konsumen.

Pemahaman dasar tentang etika bisnis Islam yang baik menurut informan adalah dengan berperilaku jujur, menjauhi riba, sabar, tidak melebih-lebihkan produk agar dapat diterima oleh masyarakat. Produk harus dijelaskan sesuai dengan kelebihan dan kekurangannya. Pemasaran yang baik dilakukan dengan menjauhi larangan-Nya.

Informan juga memahami beberapa hal yang dilarang oleh syariah dalam aspek pemasaran, yaitu berkata bohong; mempromosikan barang yang bukan hak milik pribadi; melebih-lebihkan kualitas produk, dan segala kegiatan yang akan merugikan konsumen maupun produsen itu sendiri.

Selanjutnya, lebih rinci pengimplementasian syariah di bidang pemasaran dapat dibagi menjadi tiga aspek, yaitu:

a. Implementasi syariah dalam karakteristik marketing syariah

Berdasarkan paparan data di atas, dapat ditemukan bahwa pelaku pemasaran masing-masing konfeksi memahami dan menerapkan syariah terlihat dari hasil wawancara yang mengatakan bahwa:

- 1) Pelaku usaha menjalankan usaha dengan dasar percaya bahwa rezeki telah ditetapkan oleh Allah, sebagai manusia harus berhati-hati dalam bertindak karena seluruh kegiatan senantiasa dilihat oleh-Nya. Setiap kegiatan yang dilakukan di dasarkan untuk beribadah kepada Allah (*rabbaniyyah*). Menanamkan nilai-nilai religius saat melakukan kegiatan pemasaran, salah satunya dengan menerapkan kejujuran dalam setiap perilaku dan perkataan serta tidak meninggalkan ibadah. Berusaha untuk terus berikhtiar menjemput rezeki kemudian menyerahkan hasilnya diiringi dengan berdoa.
- 2) Memberikan pelayanan yang sama terhadap setiap pelanggan disertai dengan penerapan etika atau moral yang baik (*akhlaqiyyah*). Beberapa etika bisnis yang digunakan adalah berbicara tentang informasi produk secara benar; ramah dalam menjawab pertanyaan pembeli; tidak mudah emosi saat menghadapi pelanggan, terlebih lagi saat pelanggan hanya bertanya. Memberikan iklan produk jika diperlukan dengan spesifikasi sama dengan kenyataan produknya.
- 3) Senantiasa mengikuti perkembangan *trend*, realistis dan tidak kaku terhadap perkembangan zaman (*al-waqi'iyah*). *Marketer* dalam melakukan kegiatan promosi secara professional, dilakukan dengan menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Mampu menempatkan diri sesuai dengan lingkungannya, tidak memaksakan sesuatu yang tidak biasa digunakan di daerah pemasaran.

- 4) Pelaku usaha mengimplementasikan syariah dalam aspek *insaniyyah* dengan mendasari perilaku dan ucapan pada saat melakukan kegiatan pemasaran dengan aspek kemanusiaan. Tidak mencederai hak orang lain yang dapat menimbulkan kerugian, menampilkan iklan sesuai dengan kenyataan barang yang ada, mengatakan kecacatan barang apabila ada kecelakaan (hal yang tidak disengaja).

b. Implementasi syariah dalam bauran pemasaran

Berdasarkan paparan data di atas, *marketer* telah mengimplementasikan syariah dalam empat bauran pemasaran sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha memastikan bahwa produk yang dipasarkannya adalah halal dan *tayyib*, baik dari bahan baku hingga proses produksi menjadi produk siap pakai. Produk yang diproduksi memiliki manfaat yang positif untuk konsumennya, mereka juga tidak memproduksi produk yang bisa menimbulkan kemudharatan. Mereka mempercayai bahwa suatu produk haruslah halal agar dapat dimanfaatkan.

Pelaku usaha memberikan opsi khiyar terhadap produk pesanan konsumen jika ada beberapa produk yang mengalami kecacatan, seperti ada jahitannya kurang rapi atau cacat, untuk

diganti atau diperbaiki kembali karena tidak sesuai dengan pesanan konsumen.

- 2) Harga jual ditetapkan dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi, pada beberapa produk dibebankan juga biaya pengiriman. Selanjutnya ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Yang ditegaskan bahwa keuntungan yang diambil tidak berlipat ganda (riba). Pelaku usaha meyakini bahwa riba itu dilarang dan yang melakukan riba tidak akan diridhoi oleh Allah.

Menurut pendapat mereka, dalam dunia bisnis, menaikkan harga dengan cara menimbun barang atau memanipulasi harga sangat lumrah ditemukan. Mereka meyakini bahwa kegiatan ini tidak baik diterapkan dalam dunia marketing, karena akan merusak pasar dan merupakan salah satu bentuk penipuan. Dalam memasarkan produknya, mereka akan mengatakan dengan apa adanya tentang ketersediaan stok.

- 3) Dalam aspek *place*, pelaku usaha telah memiliki alamat produksi maupun toko di lingkungan yang dekat dengan konsumen, tenaga kerja, dan aman dari kriminalitas. Rumah produksi maupun toko sudah terletak di tempat yang terjangkau oleh semua kendaraan dengan akses jalan yang baik. Kemudahan mengakses lokasi konfeksi dilakukan dengan memasukkan alamat ke dalam situs *google maps*. Konsumen bisa langsung melihat produk-produk yang diproduksi di konfeksi tersebut.

4) Implementasi syariah dalam aspek pemasaran dilakukan pelaku usaha dengan menyebarkan informasi produk, baik melalui *gethok tular* maupun media sosial lainnya (*whatsapp, Instagram, dan website*), sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya tanpa melebih-lebihkan. Produk disampaikan beserta kelebihan dan kekurangannya. Dalam mempromosikan produknya dilakukan dengan jujur. Sering kali juga diberikan harga spesial dengan potongan jika memesan dalam jumlah tertentu.

c. Implementasi syariah dengan penerapan sifat wajib Rasulullah

Ada empat sifat wajib Rasulullah yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan pemasaran, marketer mengimplementasikan syariah digambarkan dengan selalu berkata dan bertindak jujur saat mempromosikan produknya. Kejujuran dalam berkata dilakukan dengan mengatakan harga jual yang sesuai, tidak dikurangi maupun dilebihkan. Sedangkan kejujuran dalam bertindak adalah mereka akan menggunakan bahan baku sesuai dengan permintaan pemesan, tidak mengganti kualitas bahan yang lebih rendah untuk mengambil keuntungan lebih.

Para pelaku usaha juga berusaha untuk dapat dipercaya oleh konsumen dengan menjelaskan kualitas produk sesuai dengan keadaan produknya. Amanah dalam transaksi pesanan jumlah banyak dengan tidak mengurangi kualitas maupun kuantitas barang yang dipesan,

selalu berusaha menepati janji penyerahan pesanan apabila tidak ada kendala dalam proses produksi.

Implementasi syariah pada sifat wajib yang selanjutnya (*tabligh*) dilakukan dengan usaha terus menerus. Artinya, kegiatan promosi tidak hanya dilakukan sekali atau dua kali saja, namun juga dilakukan secara rutin. Ini merupakan bentuk kesungguhan dalam menjalankan usaha, tidak mudah menyerah walaupun banyak persaingan di dunia bisnis. Dalam berbicara menggunakan bahasa yang santun dan mampu menggunakan kalimat penawaran yang pas tanpa melebih-lebihkan keadaan produknya.

Implementasi syariah dalam sifat Rasulullah yang terakhir ialah dengan memahami tanggung jawab sebagai pelaku pemasaran produk. Pelaku usaha haruslah cerdas (*fatonah*) dan mampu menggunakan waktu dengan efisien. Sebagai *marketer* juga harus selalu mengupgrade ilmu *marketing*nya agar dapat sesuai dengan perubahan dari waktu ke waktu.

## **2. Dampak Implementasi Marketing Syariah**

Pengimplementasian marketing syariah telah dilakukan sejak awal pembentukan usaha konfeksi, menambah perilaku sesuai syariah secara bertahap. Pengimplementasian syariah dalam perilaku pemasaran *marketer* memberikan dampak bagi usaha konfeksi. Dampak yang dirasakan telah dipaparkan dalam paparan data pada sub bab sebelumnya, diantaranya ialah:



- a. Pelaku usaha mengetahui dan meyakini bahwa implementasi syariah dalam aspek pemasaran sangat penting, karena merupakan aturan mutlak yang diperintahkan untuk dijalankan. Kegiatan yang dilakukan telah sesuai dengan anjuran syariah. Rezeki yang diperoleh sesuai aturan akan menjadi rezeki yang halal. Usaha yang dilakukan akan diridhoi oleh Allah. Dalam melakukan kegiatan usaha, khususnya pemasaran, akan selalu menjaga perilaku dan tutur katanya. Ini berdampak juga pada karyawan konfeksi dimana pada awal usaha masih dengan sifat masing-masing, namun seiring berjalannya waktu harus menyesuaikan dengan suasana lingkungan dan terbiasa berperilaku sesuai syariat Islam.
- b. Usaha yang dijalankan mampu bersaing dengan usaha lain yang sejenis, mampu memasarkan produknya hingga luar wilayah produksi. Kemampuan bersaing ini didapatkan karena usaha konfeksi telah memiliki nama baik di mata konsumen karena pelayanan yang diberikan. Pelayanan diberikan sesuai etika bisnis Islam, yaitu adil (tidak membeda-bedakan) diantara para konsumen; menyebarluaskan informasi sesuai keadaan yang sebenarnya, sehingga semua konsumen mengetahuinya; berusaha mengerjakan pesanan sesuai karakteristik yang diinginkan konsumen dan menepati janji (amanah); tidak memaksakan kehendak dan tidak melukai hati konsumen sehingga sekarang terbentuk *image* yang lebih baik daripada awal pembentukan usaha.

- c. Usaha mendapatkan penghargaan berupa kepercayaan dari konsumen dengan kejujuran, tanggung jawab, hingga pelayanan yang ramah. Loyalitas konsumen terbentuk sejalan dengan terbangunnya kepercayaan konsumen. Omset yang diterima cenderung stabil hingga meningkat dari tahun ke tahun. Pelaku usaha yakin bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah, meyakini bahwa ada pasang dan surut, namun mereka tetap berusaha yang terbaik dan terbaik sangka kepada Allah bahwa hanyalah Dia yang Maha Mengetahui yang lebih baik bagi manusia.
- d. Perasaan lahir dan batin menjadi lebih tenang, jika dibandingkan dengan sebelum menerapkan aspek marketing syariah secara keseluruhan. Seperti pada penerapan syarat pembelian dengan nota asli dan menjaga perilaku serta tutur kata agar tidak melanggar ketentuan Islam. Lebih yakin apa yang dilakukan dan hasil usahanya bersih dan halal karena telah diperoleh dengan sesuai syariat Islam, baik dari bahan baku hingga proses produksi. Jujur dalam berbicara dilandasi dengan kejujuran, tidak ada yang dirahasiakan dari konsumen.

Implementasi syariah dapat dirasakan ketika telah diterapkan dalam jangka waktu yang cukup lama. Apa yang diperintahkan untuk dilakukan pasti akan membawa dampak positif, sebaliknya apa yang diperintahkan untuk di jauhi pasti akan membawa dampak negatif. Percaya dengan ketentuan-Nya akan membawa ketenangan dan kedamaian dalam hidup. Apapun yang dilakukan di dunia semata-mata hanyalah untuk beribadah

kepada Allah, *marketer* percaya bahwa harus selalu berikhtiar dan terakhir menyerahkan diri kepada-Nya.