

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Berdirinya Toko *Online* Dewi Maryam Official

Toko *Online* Dewi Maryam Official adalah salah satu toko online yang bergerak dibidang penjualan *fashion muslim* yang beralamat di Desa Jabung RT 04/RW 02, Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar.¹⁰⁰ Toko *Online* Dewi Maryam Official berdiri sejak tahun 2018 yang dibangun oleh Farihah Ismah Wahidah dan dibantu oleh suaminya yang bernama Amik Kholilu Rohman. Farihah dan Amik adalah pasangan suami istri lulusan IAIN Tulungagung yang mengambil prodi Pendidikan Bahasa Inggris dan setelah lulus keduanya berprofesi menjadi seorang pengajar, setelah lulus dan berprofesi menjadi pengajar tersebut mereka dikaruniai anak pertama yang diberi nama Dewi Maryam, dan disitulah awal mula Toko *Online* Dewi Maryam Official ini dirintis. Tahun 2018 Farihah mengandung, beliau memutuskan untuk berhenti mengajar di Madrasah dan fokus menjadi ibu rumah tangga sampai anak pertamanya lahir, karena kebiasaan beliau yang produktif sejak di bangku kuliah, maka beliau tidak ingin berdiam diri saja, sehingga memutuskan untuk membangun usaha yang proses

¹⁰⁰ Observasi pada Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 15 Januari 2022.

penjualannya tidak perlu keluar rumah karena posisi beliau yang sedang mengandung besar, kemudian beliau ditawari teman untuk bergabung menjadi seorang *marketer* sebuah *brand* besar yaitu Adzkia Hijab Syar'i dengan iming-iming laba yang cukup besar sekitar 30% dari harga pusat dan karena penyuplai barang berada di Tulungagung dan beliau sudah menetap dan berdomisili Blitar, maka suami beliaulah yang membantu pengambilan barang dari penyuplai Tulungagung ke Blitar, pada saat itu dalam satu minggu bisa satu hingga tiga kali pengambilan barang.¹⁰¹

Awalnya pemilik masih ragu dalam memulai bisnis tersebut, namun karena niat dan tekadnya yang selalu kerja dengan totalitas, maka usahanya terbayar. Tahun 2019 awal, pemilik memiliki sekitar 100 reseller aktif yang dikelola oleh pemilik sendiri dan dibantu oleh suami. Lama-kelamaan laba bersih yang didapatkan dalam setiap penjualan gamis cukup banyak, pemilikpun belajar iklan *ads* untuk memasarkan produknya agar bisa menyaring target yang lebih luas. Awalnya Toko *Online* Dewi Maryam Official ini dalam melakukan penjualan sering sekali mengalami penolakan karena Toko *Online* Dewi Maryam Official memiliki target *market* wanita muslim Indonesia yang memiliki pendapatan diatas 10 juta rupiah karena produk yang ditawarkan oleh Toko *Online* ini terbilang cukup mahal, sehingga kebanyakan yang terbidik dalam iklan adalah TKI/TKW yang bekerja di luar negeri

¹⁰¹ Wawancara dengan Fariah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 16 Januari 2022.

seperti, Malaysia, Hongkong, Singapura, Brunei Darussalam, Taiwan dan banyak Negara tetangga lainnya, apalagi negara-negara selain Hongkong untuk dapat menghemat biaya pengiriman dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk perjalanan pengiriman produk, estimasi 2-3 minggu untuk pengiriman satu paketnya bahkan bisa lebih lama jika terjadi *overload*, maka dari itu dibutuhkan *extra activity* untuk meyakinkan para konsumen tertarget agar mau membeli produk dengan sistem bayar dulu baru barang dikirim.¹⁰²

Setelah merencanakan komunikasi pemasaran dengan baik usahanyapun lancar dan dibanjiri pesanan sampai akhirnya pemilik dan suami keteteran dan tidak bisa mengatasi pesanan dari para *customer* hanya berdua, dan mulai merekrut seorang admin yang merangkap menjadi seorang *customer service online* yang ditempatkan di kantor Tulungagung untuk pertama kalinya serta diambilah kontrakan perumahan di Tulungagung sebagai gudang dari penyuplai Tulungagung agar suami pemilik tidak harus bolak balik Tulungagung Blitar, gudang tersebut sekaligus sebagai kantor karyawan, dan dengan usaha yang semakin lancar tersebut, banyak *brand-brand* lain baik dari Tulungagung maupun luar Tulungagung menawarkan diri agar Toko *Online Dewi Maryam Official* bisa bergabung menjadi *brand partner* mereka. Akhirnya tahun 2021 ini, Toko *Online Dewi Maryam Official* berhasil menjadi *marketer* yang menjualkan produk dari 30 *brand*

¹⁰² Observasi pada Toko *Online Dewi Maryam Official* Tanggal 15 November 2021.

ternama di Indonesia yang dapat dikatakan sukses dan sering mendapatkan *reward* salah satunya *reward* umroh dari salah satu *brand partner* yaitu *brand* Swarga Hijab Syar'i. Saat ini, Kantor DM Official tidak hanya di Tulungagung namun untuk rumah pemilik di Blitar kini juga ikut dijadikan sebagai kantor khusus *customer service* dan admin keuangan yang kerjanya dapat diawasi langsung oleh pemilik.¹⁰³

DM Official sering mengadakan *get reward* untuk reseller resellernya yang aktif, sehingga saat ini DM Official bisa merekrut sekitar 1000 lebih reseller aktif dan 6 karyawan dalam membantu penjualan DM Official. Omset awal toko *online* ini sekitar 2-3 juta per bulan, namun saat ini dapat menghasilkan omset rata-rata per bulan 200-300 juta setiap bulannya. Kesuksesan DM Official tidak berhenti disitu, pemilik dan suami selalu menyisihkan pendapatannya untuk disumbangkan ke orang-orang yang membutuhkan, dan saat ini beliau berhasil membangun sebuah pondok untuk anak yatim piatu dan kaum dhuafa.¹⁰⁴

Pemilik dan suami tidak ingin usahanya berhenti disitu saja, dengan latar belakang suami pemilik yang suka menjait dan pemilik suka dengan *fashion* maka, beliau memiliki inisiatif untuk bisa membangun *brand* sendiri yang akhirnya dinamakan DM *Look*. DM *Look* memiliki beberapa produk *fashion muslim* kekinian dengan *casual*

¹⁰³ Wawancara dengan Fariah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 16 Januari 2022.

¹⁰⁴ *Ibid.*

style maupun *chic style*. Tidak hanya *fashion muslim*, beliau juga mengembangkannya lagi untuk memproduksi produk pelengkap *fashion muslim* seperti sarung, kopyah, sajadah *travel*, sajadah biasa, tasbih, dan lain sebagainya, agar konsumen yang datang tidak selalu mencari baju atau gamis saja namun bisa ditawarkan produk lain atau jika *customer* mencari pelengkap tidak perlu lagi mencari ke toko lain.¹⁰⁵

2. Visi, Misi, dan *Value* Toko *Online* Dewi Maryam Official

Berikut visi, misi, *value* dan *culture* yang diterapkan oleh Toko *Online* Dewi Maryam Official:¹⁰⁶

a. Visi

Being the first choice as a bussines partner in Indonesia in trading with the best quality and the biggest one. Menjadi pilihan utama sebagai partner bisnis di Indonesia dalam perdagangan dengan kualitas terbaik dan terbesar.

b. Misi

- 1) Menjadi media perantara perdagangan *online* yang terbaik dan terbesar di Indonesia.
- 2) Menjadi media dan alternatif sumber penghasilan.
- 3) Menghadirkan fitur-fitur yang memuaskan pelanggan.
- 4) Ikut berpartisipasi melahirkan pengusaha *online* yang tangguh dan berbobot.

¹⁰⁵ Observasi pada Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 15 Januari 2022.

¹⁰⁶ Dokumentasi pada Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 16 Januari 2022.

- 5) Ikut mengembangkan produk UMKM lokal.
- 6) Menciptakan lingkungan kerja yang aman, menyenangkan, dan Islami.

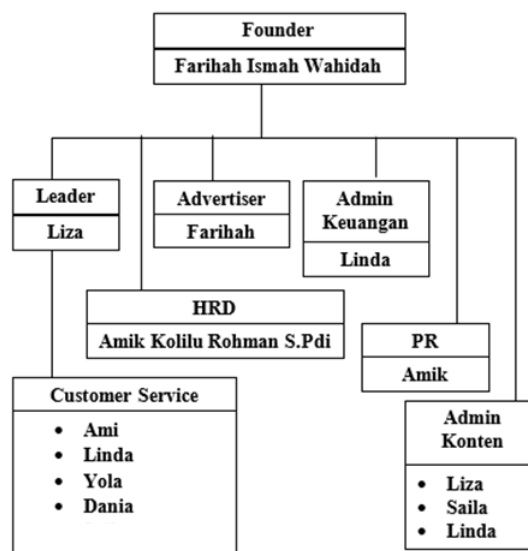
c. *Value* (tata nilai)

- 1) *Customer focus* (fokus pada *customer*): memahami, mendalami, dan memenuhi kebutuhan *customer* dengan cara terbaik.
- 2) *Integrity* (integrasi): jujur, tulus dan lurus, *customer* memiliki partner bisnis yang dipercaya. Kepercayaan dibangun melalui tindakan yang mencerminkan *integritas* dan etika bisnis yang tinggi secara konsisten.
- 3) *Team work* (kerja sama tim): tim adalah himpunan orang yang memiliki pertalian khas, komitmen, tata cara dan sinergi untuk mencapai satu tujuan.
- 4) *Continues pursuit of excellent* (berusaha mencapai yang terbaik): senantiasa melakukan yang terbaik dengan cara dan kualitas terbaik.

3. Struktur Tim Toko *Online* Dewi Maryam Official

Gambar 4.1

Struktur Tim DM Official¹⁰⁷



Deskripsi struktur tim DM Official:¹⁰⁸

a. *Founder*

Founder adalah Pemilik sekaligus pendiri dengan gagasan dan ide pribadinya, yang bertanggung jawab penuh atas seluruh komponen-komponen yang ada di Toko *Online* Dewi Maryam Official

b. *Leader*

Leader yang dimaksudkan di sini adalah seorang pemimpin *customer service online* yang bertanggung jawab penuh atas apa yang sedang dan akan dikerjakan oleh *customer service online*, dan

¹⁰⁷ Dokumentasi pada Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 16 Januari 2022.

¹⁰⁸ Observasi pada Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 16 Januari 2022.

wajib merundingkan dan melaporkan kepada *founder* tentang perkembangan atau kendornya setiap *customer service* dalam melakukan tugasnya.

c. *Advertiser*

Advertiser yang dimaksudkan di sini adalah pemasang iklan berbayar seperti *Facebook Ads*, *Instagram Ads* dan iklan berbayar lainnya.

d. Admin Keuangan

Admin keuangan di sini memiliki tugas mencatat segala data keuangan antara lain arus masuk kas, neraca harian, neraca bulanan, neraca tahunan, dan laporan laba rugi. Admin keuangan juga bertanggung jawab atas minus atau lebihnya kesalahan perhitungan yang dilakukan atas kesengajaan maupun tidak.

e. HRD

HRD adalah seseorang yang bertugas memfilter atau memilih SDM yang cocok dan berkompeten untuk mengisi setiap posisi jabatan, agar tercapai kinerja yang maksimal.

f. *Customer Service*

Customer service adalah orang yang bertugas untuk melayani dengan baik *customer* yang bertanya, menginginkan, hingga melakukan pembelian produk. Beberapa *customer service* di sini memiliki tugas rangkap sebagai admin konten, admin konten

tersebut dipilih oleh *founder* karena memiliki bakat *editing* vidio dan foto.

g. PR (*Public Relation*)

PR di sini adalah singkatan dari *Public Relation*, yang bertugas sebagai penjalin komunikasi yang baik dengan pihak internal maupun eksternal, di sini PR bertugas untuk membangun hubungan baik dengan pihak *brand partner* yang produknya dijual oleh Toko *Online Dewi Maryam Official*.

h. Admin Konten

Admin Konten adalah orang yang bertugas untuk membuat konten yang dipasang di media sosial, TV dan lain sebagainya. Konten yang dibuat beragam, biasanya berbentuk foto atau vidio yang menarik untuk menarik calon pelanggan maupun pelanggan untuk membeli produk yang dibuat konten tersebut.

4. *Culture* dan *Core Value* Toko *Online Dewi Maryam Official*¹⁰⁹

a. *Culture* (budaya)

1) Fokus konsumen (*consumenten focus*)

Fokus konsumen memiliki arti bahwa DM menyediakan kebutuhan untuk konsumen. Tujuan DM adalah menjadi *retailer* terpercaya di manapun DM berada dengan memberikan *standart* tinggi untuk produk, jasa pelayanan dan sikap DM kepada seluruh pelanggan.

¹⁰⁹ Dokumentasi pada Toko *Online Dewi Maryam Official* Tanggal 16 Januari 2022.

2) Fokus kualitas (*quality focus*)

Fokus kualitas juga memiliki syarat-syarat produk yang layak dijual. DM mencari mitra yang mengutamakan kualitas yang terbaik, karena DM mengutamakan kualitas untuk konsumen.

3) Fokus tim (*employes focus*)

Nilai yang ditanamkan dalam fokus tim adalah bahwa tim tidak hanya bekerja tetapi juga harus memperhatikan ibadahnya. DM melakukan evaluasi dengan indikatornya yaitu sholat, ibadah sunahnya, puasa, tilawah dan lain-lainya. Oleh karena itu tim tidak hanya memperhatikan pekerjaannya tetapi juga alasan mengapa harus melakukan pekerjaan seperti itu.

b. *Core value* dm, terdiri dari :

1) Selalu bersyukur

- a) Totalitas dalam pekerjaan.
- b) Berfikir positif.
- c) Mencintai pekerjaan.
- d) Memberikan pelayanan terbaik bagi *customer* atau reseller.
- e) Bersikap ihsan dalam bekerja.

2) Semangat pantang menyerah

- a) Selalu memiliki jalan keluar dari setiap masalah dalam pekerjaan.
- b) Berani menghadapi masalah dan tidak menghindari masalah.

- c) Memiliki semangat kompetisi dalam pekerjaan.
 - d) Tidak ada pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan.
 - e) Berpihak kepada perusahaan.
- 3) Perbaiki berkesinambungan
- a) Selalu berfikir kreatif dan inovatif.
 - b) Berorientasai *zero deffect*.
 - c) Selalu memiliki terobosan baru.
 - d) Menjalankan SOP perusahaan dengan sepenuh hati.
 - e) Semua pekerjaan yang dilakukan harus *by design* dan barometer yang jelas.
 - f) Berbicara dengan fakta dan data.
- 4) Peduli dalam setiap keadaan
- a) Menjaga aset perusahaan.
 - b) Peduli dengan tempat bekerja dan lingkungannya.
 - c) Selalu berusaha untuk mencegah kerugian perusahaan.
 - d) Sekecil apapun masalah tidak dianggap sepele apalagi diremehkan.
- 5) Memiliki tanggung jawab yang tinggi
- a) Bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas.
 - b) Berani mengambil resiko baik material maupun non material.
 - c) Memberikan kemampuan yang terbaik untuk perusahaan.

d) Membela (advokasi) perusahaan dalam kondisi apapun selama tidak bermaksiat kepada Allah SWT.

5. Profil *Founder* Toko *Online* Dewi Maryam Official¹¹⁰

Berikut profil *founder* sekaligus pemilik Toko *Online* Dewi Maryam Official:

- a. Nama: Farihah Ismah Wahidah.
- b. Tempat Tanggal Lahir: Blitar, 17 Maret 1993.
- c. Pendidikan *Founder* DM Official:
 - 1) MI Al-Muhtadu'un.
 - 2) SMP Al-Muhtadu'un.
 - 3) SMA Al-Muhtadu'un.
 - 4) Program Sarjana IAIN Tulungagung Prodi Tadris Bahasa Inggris.
 - 5) Program Magister UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Prodi Tadris Bahasa Inggris.
- d. Prestasi:
 - 1) Mendapatkan hadiah umroh gratis dari Swarga Hijab karena sudah melebihi target penjualan.
 - 2) Sering menjadi *best three marketer* di Tulungagung.

¹¹⁰ Wawancara dengan Farihah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 16 Januari 2022.

B. Hasil Temuan Penelitian

1. Manajemen Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Toko *Online* Dewi Maryam Official

a. *Planning*

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan pada Toko *Online* Dewi Maryam Official dibuat oleh *founder* sekaligus pemilik yaitu Fariyah Ismah Wahidah. Media sosial yang digunakan untuk mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran adalah *Whatsapp Business*, *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok*, dan yang akan mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial tersebut adalah *customer service* dan *leader customer service*, seperti yang dipaparkan oleh *founder* DM Official berikut:

Pembuat strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan oleh *customer service online* saat ini adalah saya sendiri, saya menggunakan media sosial *Whatsapp Business*, *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok* untuk memasarkan semua produk di toko ini. Kenapa saya menggunakan media media tersebut, karena saya tau bahwa siapa sih saat ini yang tidak memiliki akun *Whatsapp?*, siapa yang tidak memiliki akun *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok*, dan untuk yang mengaplikasikannya adalah *customer service online* dan *leader customer service*, karena saya harapkan nanti mereka lebih fokus kepada konsumen mereka dan dapat mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran yang baik sehingga akan menghasilkan *closing* yang cukup banyak.¹¹¹

¹¹¹ Wawancara dengan Fariyah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 14 Januari 2022.

Alasan menggunakan media sosial tersebut adalah media sosial yang saat ini ramai digunakan oleh masyarakat seluruh dunia termasuk masyarakat Indonesia. Media sosial tersebut juga memiliki banyak fitur-fitur yang mempermudah dan menguntungkan penjual dalam memasarkan produknya, seperti yang dikatakan oleh *founder* sebagai berikut:

Media tersebut juga memberi kemudahan penjual dan pembeli dalam mengakses produk yang diinginkan, *Whatsapp Business* bisa untuk menampilkan katalog, lokasi dan deskripsi dalam bio *Whatsapp*, sehingga jika ada *customer* yang menanyakan produk bisa langsung diarahkan ke katalog yang ada. Kenapa saya menggunakan akun *Facebook*? Karena satu, saya melakukan iklan berbayar di *Facebook*, saya bisa melakukan iklan tertarget di sana, *Facebook* bisa sinkron dengan *Instagram*. Kelebihan *Instagram* kita bisa mengatur tampilan foto dan video agar terlihat bagus dan menarik, bisa menggunakan *hashtag* dalam setiap foto agar bisa dilihat oleh orang yang mencari kata kunci tersebut. Kalau untuk *TikTok* sebenarnya juga belum lama ada, yang dulu *image TikTok* dipandang sebagai aplikasi yang alay, tapi di situ saya yakin kalau toko ini bisa berkembang dengan adanya *TikTok*, dan terbukti saat video kita yang diunggah tembus *fyp*, nama toko kita semakin dikenal dan tidak sedikit yang berminat dengan produk yang ditampilkan tersebut.¹¹²

Perangkat yang digunakan dalam mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran adalah dengan *handphone* dan komputer yang memiliki spesifikasi yang baik agar tidak menghambat kinerja *customer service*, dan perangkat *handphone* akan lebih sering digunakan dari pada perangkat komputer, karena mempermudah

¹¹² *Ibid.*

customer service dalam merespon konsumen saat di luar jam kerja, seperti yang dikatakan oleh *founder* DM Official sebagai berikut:

Kita dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran menggunakan *handphone* dan komputer, tapi *customer service* lebih sering menggunakan *handphone* karena lebih mudah untuk dibawa kemana-mana dan mereka terbiasa main *handphone* jadi lebih cepet untuk membalas konsumen, biasanya komputer digunakan untuk mengedit foto, membuat *invoice* dan lain-lain agar lebih cepet dan teliti.¹¹³

Target yang dibidik oleh Toko *Online* Dewi Maryam Official ini adalah masyarakat Indonesia yang beragama Islam, berjenis kelamin perempuan, dan karena harga baju di toko ini terbilang cukup mahal, toko ini memiliki target yang pendapatannya di atas 10 juta per bulan, sehingga saat memasang iklan berbayar seperti iklan *ads*, kebanyakan yang terbidik adalah masyarakat Indonesia yang bekerja di luar negeri, seperti Malaysia, Hongkong, Singapura, Brunei Darussalam, Taiwan dan negara-negara yang lain, seperti yang dikatakan oleh *founder* DM Official sebagai berikut:

Saya memiliki target pasar wanita muslim Indonesia, dan mereka yang memiliki pendapatan di atas 10 juta, kalau diamati jarang ya di Indonesia wanita yang memiliki pendapatan 10 juta lebih, maka dari itu jika saya pasang iklan *ads*, yang terbidik ya masyarakat Indonesia yang menjadi TKW di luar negeri. Kenapa saya memiliki target harus orang-orang yang memiliki pendapatan di atas 10 juta? Karena produk kita terbilang cukup mahal, produk Aden saja ada yang satu setnya harganya mencapai 700 ribu, bayangkan jika target pasar kita memiliki pendapatan 2 juta per bulan,

¹¹³ *Ibid.*

pasti mereka akan berfikir berulang kali untuk hanya membeli baju satu set dengan harga 700 ribu tersebut.¹¹⁴

Toko *Online Dewi Maryam Official* memiliki strategi, jika *customer service* mengalami hambatan dalam mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran. Hambatan ini dilihat, apakah berasal dari personal, lingkungan perusahaan atau yang lain. Jika sudah ditemukan masalahnya, akan diambil solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan tersebut. Seperti yang di paparkan oleh *founder* sebagai berikut:

Jika terjadi hambatan dalam mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran, pasti akan saya evaluasi. Saya memberikan jadwal evaluasi setiap hari akhir pekan untuk mengetahui apa saja masalah atau hambatan yang terjadi, saya tanya satu-satu *customer service*, apakah ada masalah personal? apakah ada masalah di lingkungan kerja? atau masalah-masalah lain yang membuat implementasi strategi komunikasi pemasaran menjadi terhambat, jika sudah saya temukan, apa yang menjadi akar dari permasalahan yang membuat penghambat tersebut.¹¹⁵

Penjelasan *founder* di atas juga diteruskan oleh Liza selaku *leader customer service* sebagai berikut:

Masalah-masalah yang terjadi, pasti akan dievaluasi satu persatu sama mba Isma tentunya, mba Isma karena sering bertemu dengan orang baru, mba Isma lebih paham bagaimana karakter setiap orang itu gimana, biasanya mba Isma kalau dirasa orang itu menghambat jalanya implementasi strategi komunikasi pemasaran ini dan dinilai merugikan perusahaan, mba Isma langsung *cut* dia, tapi sebelum *cut*, mba Isma selalu diskusi dengan saya, apakah saya bisa membawa *customer service* yang bermasalah itu ke lebih baik, dan biasanya saya minta waktu beberapa minggu, dan jika saya gagal merubah *customer service* yang

¹¹⁴ *Ibid.*

¹¹⁵ *Ibid.*

bermasalah tersebut, maka mau tidak mau dia akan langsung dilengserkan dan digantikan dengan *customer service* yang lebih berkompeten.¹¹⁶

Implementasi strategi komunikasi pemasaran mulai dibuat pada tahun 2018 dan diaplikasikan pada tahun 2019 awal, dan mulai fokus pada tahun 2019 pertengahan sampai sekarang, seperti yang dipaparkan oleh *founder* berikut:

Awalnya saya mikir, barangnya mahal, cara jualnya gimana masih ragu, mau maju takut gak laku, tapi gak pengen mundur, jadi tahun 2018 itu mulai gabung jadi *marketer*, terus buat strategi biar produkku laku, nah di situ aku kepikiran buat *job description*. Biar apa yang mau dilakukan setiap harinya itu jelas dan tertata, biar konsumen juga seneng liat kita konsisten, seperti upload vidio, foto di *story* maupun di *feed* media sosial dengan terjadwal. Setelah saya yakin dengan isi *job description* yang saya buat, saya langsung mengaplikasikannya dan saya ajarkan kepada para *customer service*, sebagai patokan mereka dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran. Intinya pada tahun 2018 membuat, 2019 awal mulai implementasi, 2019 fokus dan totalitas sampai saat ini.¹¹⁷

Customer service dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran tidak memiliki target penjualan yang ditetapkan, namun semakin banyak penjualan yang didapatkan *customer service*, semakin banyak pula gaji yang didapatkan, seperti yang dijelaskan oleh *founder* sebagai berikut:

Kalau ditanya ada target penjualan atau tidak, saya jawabnya tergantung *customer service* mau gaji berapa, kalau dia punya target sendiri biar bisa dapet gaji yang diinginkan pasti dia bakal target dirinya sendiri untuk semangat melakukan strategi komunikasi pemasaran untuk mencapai *closing*, tapi

¹¹⁶ Wawancara dengan Liza *Leader Customer Service* di Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

¹¹⁷ Wawancara dengan Fariyah Ismah Wahidah *Founder* di Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 14 Januari 2022.

sebenarnya kalau dari perusahaan tidak memberikan target penjualan kepada *customer service*, tapi jika dievaluasi tidak ada progres sama sekali bisa jadi akan saya *cut off* karena dirasa merugikan perusahaan.¹¹⁸

Strategi komunikasi pemasaran yang dibuat oleh *founder* untuk diaplikasikan oleh *customer service* adalah dengan memberikan opsi postingan di *TikTok*, *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp Business*, selain opsi postingan, *founder* juga menambahkan tugas untuk mengimplementasikan *marketing* langit, karena sesuai dengan tujuannya DM Official tidak hanya mencari kekayaan duniawi, namun tujuan DM adalah dengan meniatkan dan mempersiapkan diri sebagai penebar manfaat dalam rangka membantu orang, berdakwah dan amal jariyah lewat menjualkan gamis, karena semakin banyak yang menutup aurat semakin banyak yang ditolong, seperti yang dipaparkan oleh *founder* sebagai berikut:

Kalau strategi komunikasi pemasaran yang saya buat dan diaplikasikan oleh *customer service* ya yang pertama, membuat opsi postingan untuk diunggah setiap harinya di aplikasi *TikTok*, *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp Business* tentunya, selain itu saya juga memberikan tugas tambahan di setiap media sosial selain unggah konten seperti kalau di *Instagram*, *TikTok* dan *Facebook* itu tak tambahkan suruh nyamtumkan link *Shopee*, terus *follow unfollow*, komentar di postingan yang sedang *trending*, *like* postingan dan lain sebagainya, kalau di *Whatsapp Business* saya tambahkan tugas untuk *chat* dan menambah target pasar, contohnya kayak orang-orang yang pernah tanya-tanya tapi belum sempet beli itu tak suruh *follow up*, interaksi dengan *customer* atau orang yang pernah beli, contohnya tak suruh komentarin status mereka dengan tidak menyinggung jualan dan lain sebagainya. Tidak hanya *marketing* dunia saja yang saya wajibkan untuk diimplementasikan oleh *customer*

¹¹⁸ *Ibid.*

service, marketing langit juga harus diterapkan untuk mencari ridho Allah SWT dan agar usaha ini tetap dengan niat awal yang baik untuk membantu wanita muslim menutup aurat, marketing langit yang wajib dilakukan tim antara lain ada sedekah pagi, shalat dhuha, baca Al-Qur'an, istigfar, sholawat dan lain sebagainya seperti yang tercantum di *job description*.¹¹⁹

b. *Organizing*

Pembagian tugas dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran setiap *customer service* hampir sama, namun ada beberapa yang memang tidak ditugaskan untuk mengelola beberapa aplikasi media sosial untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran, karena beberapa alasan seperti ada yang lebih berkompeten dalam *editing* video dan foto, membuat *caption* yang bagus dan menarik, dan lain sebagainya seperti yang dipaparkan oleh *founder* sebagai berikut:

Pembagian tugas *customer service online* itu memang berbeda-beda di sini, ada yang pegang semua media sosial, ada juga yang enggak. Beberapa mungkin ada yang lihai dalam berjualan tapi kurang lihai dalam *editing* video, jadi cuma saya kasih *Whatsapp Business* aja untuk dikelola tapi dengan kontak reseller yang cukup banyak dari teman yang lain, intinya tetep adil dan sesuai dengan *skill* mereka masing-masing sih pembagian tugasnya, agar setiap tugas yang diberikan dapat dilaksanakan dengan maksimal.¹²⁰

Mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran diperlukan kemampuan khusus agar didapatkan hasil yang maksimal, Toko *Online Dewi Maryam Official* dalam memilih

¹¹⁹ *Ibid.*

¹²⁰ *Ibid.*

customer service selalu melakukan penyaringan dengan baik dan benar-benar teliti, *founder* akan memilah setiap calon *customer service* dari latar belakang dengan beberapa tahap, seperti yang dikatakan *founder* sebagai berikut:

Kalau ditanya kualifikasi jadi *customer service* apa? ya saya lihat dari latar belakangnya, selalu saya amati apakah dia mampu mengemban tugas ini atau tidak, biasanya saya buat link untuk awal pendaftaran dengan mengisi nama, alamat, riwayat pendidikan, motto hidup dan lain lain, kemudian saya filter lagi dan menuju ke tes dan wawancara, soalnya saya tidak ingin merekrut karyawan yang akhirnya hanya merugikan perusahaan.¹²¹

Proses selanjutnya setelah *customer service* terpilih menjadi karyawan baru, *trainer* yang akan melatih *customer service* baru untuk melakukan tugasnya adalah *founder* sendiri, alasannya adalah karna *founder* yang membuat strategi komunikasi tersebut sehingga lebih paham dan *founder* juga memiliki latar belakang pengajar sehingga lebih mudah dan cepat dimengerti oleh karyawan baru jika *founder* yang menjelaskannya langsung, hal tersebut seperti yang di katakan Liza *leader customer service* sebagai berikut:

Sebagai *trainer* ya mba Isma sendiri, soalnya mba Isma kan yang buat *job description* itu, dan mba Isma juga dulu seorang pengajar, jadi mba Isma itu memang kalau ngajarin orang, orang itu bisa cepet ngerti gitu lo. Tapi kadang juga minta bantuan saya kalau memang mba Isma sedang sibuk, tapi paling sering yang ngajarin mba Isma sendiri kalau *customer service* baru.¹²²

¹²¹ *Ibid.*

¹²² Wawancara dengan Liza *Leader Customer Service* di Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

Toko *Online Dewi Maryam Official* selalu melakukan evaluasi di akhir pekan, salah satunya adalah mengevaluasi terkait pengorganisasian. Pengorganisasian di sini *founder* bersama *leader* berdiskusi, *leader* lapor kepada *founder* terkait progres dari setiap *customer service* yang mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, jika ditemukan *customer service* yang sama sekali tidak berprogres maka akan di *cut off* dan jika *customer service* memiliki kemampuan lebih akan dinaikan ke *next step* untuk mengemban tugas tambahan, seperti yang dikatakan oleh *founder* sebagai berikut:

Sesuai dengan yang saya katakan tadi, DM Official melakukan evaluasi setiap akhir pekan agar jika ada masalah, kita cari akar masalahnya apa dan dicari opsi solusinya seperti apa, dan biasanya yang saya evaluasi itu seperti perkembangan media sosialnya seperti apa, ada komplain atau tidak, *chat* sepi atau banyak, penjualan bertambah atau malah berkurang, ekspedisi lancar atau tidak, dan yang terakhir adalah progres dari *customer service* sendiri bagaimana, semakin naik, *stuck* atau malah menurun. Biasanya kalau ada yang punya kemampuan lebih akan saya tambahkan tugas untuk memegang beberapa media sosial agar naik ke *next level*, dan untuk yang tidak bisa berprogres dari awal *training* sampai akhir akan dilakukan *cut off*.¹²³

Leader customer service dibuat agar *customer service* lebih focus dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, agar lebih terarah dan lebih terpantau progres setiap *customer service*, *leader* dibentuk pada tahun 2021, jika ada kesalahan dari

¹²³Wawancara dengan Farihah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online Dewi Maryam Official* Tanggal 14 Januari 2022.

pribadi *customer service* maka *customer service* yang bersangkutan tersebut yang harus menyelesaikan masalahnya, walaupun ada *leader customer service*, namun *leader* harus mengkomunikasikan segala hal kepada *founder* sebelum mengambil keputusan, seperti membuat promo, *cut off customer service* dan lain sebagainya, seperti yang dikatakan oleh Liza sebagai berikut:

Menurutku adanya *leader* penting, karena bisa mengontrol segala kegiatan *customer service*, baik sikap yang mengganggu maupun yang membantu jalannya komunikasi pemasaran sehingga mba Isma bisa mengambil keputusan selanjutnya. *Leader* di sini tugasnya hanya untuk mengontrol dan mengarahkan *customer service* saja, jika ada masalah seperti harus di *cut off* ya mba Isma yang langsung melakukannya, *leader* tugasnya juga buat promo, tapi kembali lagi harus dikonsultasikan dulu sama mba Isma.¹²⁴

Founder juga sedikit menambahkan tentang pentingnya adanya *leader customer service*, adalah sebagai berikut:

Adanya *leader* penting, lebih terarah dan terkontrol kinerja *customer service*, mempermudah saya dalam mengambil keputusan juga, untuk mempertahankan, menaikkan bahkan memberhentikan *customer service*.¹²⁵

Sebuah organisasi yang berbentuk tim, tidak akan berjalan lancar jika tidak tumbuh rasa solidaritas yang tinggi antar tim, di Toko *Online Dewi Maryam Official* ini selalu membangun solidaritas dengan cara mengajak tim untuk liburan, makan, dan lain

¹²⁴ Wawancara dengan Liza *Leader Customer Service* di Toko *Online Dewi Maryam Official* Tanggal 17 Januari 2022.

¹²⁵ Wawancara dengan Fariyah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online Dewi Maryam Official* Tanggal 14 Januari 2022.

lain yang pastinya melibatkan seluruh tim, seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Namanya tim, gak mungkin bisa berjalan secara individu, pasti butuh bantuan satu sama lain, saya tidak ingin kalau karyawan-karyawan saya terutama para *customer service* memiliki masalah dengan lingkungan kerja terutama teman kerja, jadi saya berusaha untuk selalu mengajak mereka liburan, atau hanya sekedar makan bersama agar kita semua bisa berbincang santai dan saling mengenal satu sama lain tanpa menyinggung pekerjaan, soalnya saya yakin kalau kerjanya seneng pasti *customer* akan seneng juga, dan suasana jadi lebih positif.¹²⁶

Customer service memiliki aturan dan harus mematuhi SOP yang telah dibuat *founder* dalam setiap pekerjaannya, hal-hal yang wajib dilakukan oleh *customer service* dalam mengimplementasi strategi komunikasi pemasaran adalah sesuai dengan penetapan *core value* DM, antara lain selalu bersyukur, semangat pantang menyerah, perbaikan berkesinambungan, peduli dalam setiap keadaan dan memiliki tanggung jawab yang tinggi, selain harus melaksanakan semua SOP, seperti yang dijelaskan oleh *founder* sebagai berikut:

Hal-hal yang harus ditanamkan dalam *customer service* ya sesuai dengan *core value* yang saya buat dan SOP yang saya buat, *core value* yang saya buat untuk kebaikan personal maupun perusahaan, seperti selalu bersyukur dengan totalitas dalam pekerjaan, berfikir positif, mencintai pekerjaan, memberikan pelayanan terbaik bagi *customer* atau reseller dan bersikap ihsan dalam bekerja. *Core value* yang kedua semangat pantang menyerah yaitu dengan selalu memiliki jalan keluar dari setiap masalah dalam pekerjaan, berani menghadapi masalah dan tidak menghindari masalah, memiliki semangat berkompetisi dalam pekerjaan, tidak ada

¹²⁶ *Ibid.*

pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan, dan berpihak kepada perusahaan. *Core value* ketiga perbaikan berkesinambungan yaitu dengan selalu berfikir kreatif dan inovatif, berorientasi *zero defect*, selalu ada terobosan baru, menjalankan SOP perusahaan dengan sepenuh hati, semua pekerjaan yang dilakukan harus *by design* dan barometer yang jelas, dan berbicara dengan fakta dan data. *Core value* yang ke empat peduli dalam setiap keadaan yaitu dengan menjaga aset perusahaan, peduli dengan tempat bekerja dan lingkungannya, selalu berusaha untuk mencegah kerugian perusahaan, sekecil apapun masalah tidak dianggap sepele apalagi diremehkan. *Core value* yang terakhir memiliki tanggung jawab yang tinggi yaitu dengan bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas, berani mengambil resiko baik material maupun non material, memberikan kemampuan yang terbaik untuk perusahaan dan yang terakhir adalah membela (advokasi) perusahaan dalam kondisi apapun selama tidak bermaksiat kepada Allah SWT.¹²⁷

c. *Actuating*

Founder selalu mengupayakan yang terbaik untuk perusahaan dan para karyawannya termasuk *customer service* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, jika ditemukan *customer service* yang kendor dalam melakukan tugasnya, *founder* akan langsung mengevaluasi, masalah tersebut berasal dari personal atau lingkungan kerja, namun yang banyak ditemukan oleh *founder* adalah masalah pribadi yang terbawa kedalam kurang totalitasnya melakukan pekerjaan, seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Kalau ada yang kendor dalam tugasnya seperti mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, ya saya pasti langsung dudukkan dia didepan saya dan bicara empat mata dengan saya, biasanya dengan begitu dia akan

¹²⁷ *Ibid.*

jujur dan terang-terangan dengan apa yang dia alami, namun selama saya menemukan banyak orang baru sampai saat ini, masalah yang paling menghambat dan membuat kendor kinerja mereka ya masalah personal, seperti dari orang tua, dan lain sebagainya, setelah saya menemukan masalahnya, biasanya kalau dia benar-bener gak kuat dia akan mengundurkan dirinya sendiri karena dia akan merasa mengecewakan perusahaan dengan sendirinya, tapi kalau tidak pasti akan saya suruh *leader* untuk merubah, jika tidak bisa dirubah dan terus merugikan akan saya *cut off*.¹²⁸

Pentingnya peran pemimpin dalam mengatur dan mengarahkan tenaga kerja agar mereka bisa melakukan tugasnya dengan baik dan maksimal, salah satunya adalah *founder* Toko *Online* Dewi Maryam Official ini dalam mengarahkan pengimplementasi strategi komunikasi pemasaran agar bisa berjalan sesuai dengan keinginan atau rencana *founder*, bentuk-bentuknya antara lain dengan memberikan teguran, memberikan hak, memberikan contoh, dan dalam menghindari terjadinya perselisihan tugas yang telah diberikan, *founder* selalu mengadakan evaluasi setiap akhir pekan di mana melibatkan seluruh anggota tim dan memberikan kesempatan mereka untuk berpendapat, jika memang ditemukan hal yang kurang adil atau yang lain *founder* akan memberikan opsi solusi agar tidak terjadi percekocokan antar anggota tim. Seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Bentuk arahan yang saya lakukan dalam mengarahkan *customer service* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran adalah dengan selalu mengingatkan dan menegaskan SOP yang memang harus dikerjakan dan harus dipatuhi, selalu saya tanamkan *core value* dalam diri

¹²⁸ *Ibid.*

setiap anggota maupun tim, saya berikan hak bimbingan jika mereka tidak mengetahui sesuatu atau mungkin belum mereka kuasai, saya berikan *job description* agar tidak adanya kekosongan kegiatan maupun bentrok jadwal, selain itu saya tidak hanya memberikan perintah saja, tetapi saya juga mempraktekkannya, contoh saya memang menanamkan *core value* dan memberikan SOP yang harus dipatuhi dan dikerjakan, saya pasti juga ikut mengimplementasikannya, contoh salah satu SOP DM yang harus dipatuhi dan dilaksanakan itu kan tim wajib bersikap dan bertingkah laku bertutur kata dan mengenakan pakaian yang sopan, tidak ketat maupun transparan lebih diutamakan menggunakan rok longgar, sesuai *syara' wa adatan*, saya contohkan setiap hari menggunakan gamis memakai hijab tidak membuka aurat dan bertutur kata lembut tidak teriak-teriak atau berkata yang dinilai kurang sopan hal itu saya lakukan agar tim terdorong hatinya untuk melakukan hal yang sama dengan saya, jika memang mereka tidak tergerak hatinya biasanya saya tegur. kalau dalam pengkoordinasian itu saya realisasikan dalam bentuk evaluasi disetiap akhir pekan, jadi pada kegiatan evaluasi tersebut semua anggota tim saya bebaskan untuk bercerita apa yang mungkin membuat mereka berat apa yang mungkin lebih mereka sukai, apa yang membuat mereka kurang nyaman, apa yang membuat mereka nyaman dan lain sebagainya, dengan begitu jika ditemukan ketidakberesan atau mungkin ditemukan ketidakadilan pembagian tugas atau pada fungsi yang lain, maka saya akan berikan opsi dan solusi kepada pihak terkait untuk menghindari perselisihan antara anggota tim sih lebih tepatnya, jadi saya kumpulkan jadi satu semua anggota tanpa terkecuali itu biar musyawarahnya lebih terbuka, semua tahu jadi tidak ada yang merasa istilahnya dianak emaskan atau dianak tirikan, dalam mengambil keputusan memang saya dibantu oleh *leader* ya, tapi tidak lupa pasti juga saya musyawarahkan dan saya tanyakan dulu kepada anggota tim yang lain dikarenakan mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran juga mereka, mereka kunci utama suksesnya strategi ini kan, jadi saya tanya apakah keputusan yang dibuat memberatkan atau tidak, apakah keputusan tersebut dalam perspektif mereka sudah sesuai atau belum, sehingga menghindari kurang komunikasinya antar anggota tim.¹²⁹

¹²⁹ *Ibid.*

Implementasi strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh *customer service*, dan strategi mereka dalam melakukan implementasi strategi komunikasi pemasaran adalah dengan selalu mengikuti SOP yang telah ditetapkan *founder*, selalu bekerja dengan keadaan yang senang agar konsumen juga merasakan hal yang sama, selalu ikhlas dan selalu menanamkan prinsip kerja adalah ibadah, seperti yang dikatakan oleh Ami salah satu *customer service* sebagai berikut:

Kalau ditanya strategiku apa, strategiku ya sesuai dengan arahan mba Isma, intinya apa yang ada di *job description* ya aku lakukan dengan telaten dan semaksimal mungkin, karena saya yakin *job description* yang dibuat mba Isma sudah dibuat matang-matang.¹³⁰

Pendapat Ami di atas dilanjutkan oleh Yola sebagai *customer service online* juga di DM Official, pendapatnya sebagai berikut:

Bener kata Ami, kita gak ada strategi yang lain untuk mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, karena kita yakin kalau *planning* yang telah dibuat oleh mba Isma itu sudah bagus dan bisa membuat kita *closing*, karena yang namanya pemilik gak mungkin ingin perusahaannya mundur, pasti ingin maju. Kita tinggal melaksanakan dengan baik dan maksimal semampu dan sebisa kita, dan kuncinya kita harus selalu senang dalam melakukan pekerjaan biar konsumen ikut senang, dan ikhlas yang paling penting, biar rezeki kita gak seret.¹³¹

¹³⁰ Wawancara dengan Ami *Customer Service* Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

¹³¹ Wawancara dengan Yola *Customer Service* Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

Cara *founder* dalam membangun semangat kerja para *customer service* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran adalah dengan adanya *get reward* berupa liburan dan bonus uang. *Get reward* berupa liburan ini biasanya didapatkan dari kerja tim, jika tim mampu menembus angka yang diberikan oleh *founder*, maka *founder* akan memberikan liburan gratis beberapa hari, makan gratis dan transportasi gratis. *Reward* bonus berupa uang didapatkan perindividu, semakin banyak *gross* yang didapatkan, semakin banyak pula gaji dan bonus yang akan didapatkan oleh *customer service* tersebut, hal tersebut seperti yang dipaparkan oleh Dania *customer service* sebagai berikut:

Salah satu penyemangat kita dalam kerja ya yang pasti gaji kita nambah, jadi kalau mau gaji nambah kita otomatis harus jualan banyak, kalau mau gaji pas-pasan ya nyantai aja gitu. Terus ada tambah semangat lagi karna kadang mba Isma ngasih *challenge* ke kita, kalau kita bisa tembus angka yang mba Isma tentuin itu, kita bisa liburan gratis bareng temen-temen satu tim tanpa mikir biaya sendiri.¹³²

Cara *leader* dalam membangun semangat kerja para *customer service* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran berbeda dengan cara *founder*, jika *leader* tidak memiliki hak memberikan *reward* kepada *customer service*, namun biasanya *leader* selalu menumbuhkan rasa semangat kompetisi antar *customer service*, walaupun memang tidak ada kompetisi antar tim,

¹³² Wawancara dengan Dania *Customer Service* Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

namun *leader* mampu menumbuhkan rasa tersebut terhadap para *customer service* agar mau menantang diri masing-masing, hal tersebut seperti yang dipaparkan oleh Liza *leader customer service* sebagai berikut:

Cara saya menumbuhkan semangat ke *customer service* ya dengan menumbuhkan rasa berkompetisi mereka antar *customer service*. Biasanya saya cuma bilang gini sih, eh TikTok yang dipegang si A, sudah naik lo pengikutnya, vidionya gampang masuk *fyp*, penjualanya jadi banyak. *Customer service* lain pasti langsung kebakaran jenggot dan selalu menggebu-gebu biar bisa lebih baik dari si A, cara saya begitu sih.¹³³

Ada beberapa cara *founder* untuk menumbuhkan rasa menyukai pekerjaan *customer service* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, yaitu dengan meniatkan bahwa menjual *fashion muslim* tidak hanya semata-mata untuk mencari profit saja, namun membantu wanita muslim dalam menutup aurat, berniat menyambung silaturahmi dan yang terakhir adalah membantu anak yatim dan kaum dhuafa untuk pembuatan pondok pesantren, jadi semakin banyak profit yang dihasilkan oleh *customer service*, semakin banyak pula orang-orang yang akan terbantu, hal tersebut seperti yang dikatakan oleh *founder* sebagai berikut:

Sebenarnya rasa senang dalam melakukan pekerjaan itu kan juga tergantung dirinya masing-masing, ada yang memang suka jualan, ada yang suka edit, ada yang memang suka dengan bidang-bidang yang dikerjakan tersebut, namun disisi lain saya selalu menanamkan *mindset* kepada para *customer service* agar mereka bekerja secara ikhlas dan senang.

¹³³ Wawancara dengan Liza *Leader Customer Service* di Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

Caranya dengan apa? caranya dengan meniatkan kerja untuk menyebarkan kebaikan, untuk membantu wanita muslim dalam menutup aurat dengan model-model baju yang cantik, menyambung silaturahmi dengan para pelanggan maupun reseller, serta saya juga sedang proses membangun pondok pesantren InsyaAllah untuk kaum dhuafa dan anak yatim, uangnya juga dari hasil kerja tim DM, jadi saya bicarakan juga dengan para karyawan, agar karyawan juga paham dan semangat berlomba-lomba dalam kebaikan, bahwa jika mereka penjualannya banyak, dan profitnya banyak ya bakal banyak yang akan dibantu oleh mereka juga.¹³⁴

Seluruh tim DM Official selalu memiliki kesempatan untuk maju ke *next step* dari jabatannya saat ini, semua memiliki kesempatan yang sama untuk mengembangkan kemampuannya, terbukti *founder* selalu memberikan semua *customer service* untuk melakukan segala aktivitas, termasuk berhak memegang seluruh media sosial DM Official, dan *founder* akan melihat sebenarnya dia memiliki minat bakat di mana, jika memang di edit vidio, dia akan di tempatkan untuk memegang media sosial *TikTok*, jika jago edit foto diberikan aplikasi *Instagram* untuk dipegang dan lain sebagainya. Selain itu, semua *customer service* memiliki hak yang sama untuk bisa menjadi seorang *leader* nantinya jika memang progresnya bagus dan meningkat dari waktu ke waktu. Hal tersebut seperti yang dipaparkan oleh *founder* sebagai berikut:

Seluruh tim DM saya kasih kesempatan mengembangkan bakatnya, biasanya saya coba suruh pegang seluruh media sosialnya DM, dia lebih dominan dimana, kalau di editing pasti tak suruh edit, tak suruh pegang *Instagram* atau *TikTok* yang memang selalu berurusan dengan vidio dan foto. Intinya

¹³⁴ Wawancara dengan Fariyah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 14 Januari 2022.

selalu tak kasih kesempatan untuk mengeksplor apa yang dia punya. Dan semua *customer service* yang bagus kerjanya, dan selalu berprogres dengan baik termasuk nilai *closing* yang bagus, pasti tak kasih kesempatan untuk jadi *leader*, untuk naik ke *next level*, biar mentalnya kuat dan bisa lebih tegas dalam mengambil keputusan.¹³⁵

d. *Controlling*

Media sosial yang digunakan dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran memiliki *performance* yang berbeda-beda dalam menghasilkan *closing*, kebanyakan *customer service* dapat menghasilkan *closing* dari media sosial *Whatsapp Business* dari pada media sosial yang lain, seperti yang dikatakan oleh Liza *leader customer service* sebagai berikut:

Kalau saya lihat dari kerja *customer service* dan dari saya sendiri yang melakukan strategi komunikasi pemasaran, lebih banyak *closing* lewat *Whatsapp Business* sih, karena mungkin aplikasi ini yang mempermudah para pembeli dalam melakukan *chat* personal dan obrolannya lebih bisa dari hati ke hati dari pada aplikasi yang lain. Itu persepsi saya jika dari konsumen, tapi kalau dari kita sendiri sebagai *customer service*, kenapa *Whatsapp Business* lebih efektif dalam menghasilkan *closing* karena aplikasi tersebut bisa dibuat link dan bisa terhubung dengan banyak aplikasi seperti *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok*, sehingga pembeli akan lebih mudah berkonsultasi lewat link bio yang bisa di klik dan mengarah ke aplikasi *Whatsapp Business* tersebut.¹³⁶

Setiap media sosial yang digunakan memang memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing dalam peran promosi sebuah produk. Ada beberapa fitur-fitur yang memang paling

¹³⁵ *Ibid.*

¹³⁶ Wawancara dengan Liza *Leader Customer Service* di Toko Online Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

berpengaruh signifikan terhadap *trending* tidaknya sebuah postingan yaitu *hashtag*, hal tersebut seperti yang dikatakan oleh *founder* sebagai berikut adalah:

Media sosial memang memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing, yang saya temukan contoh kalau *Whatsapp Business* memang tidak ada *hashtag*, sehingga yang bisa melihat *story* hanya kontak yang sudah tersimpan, namun *Whatsapp Business* memberikan kemudahan untuk melakukan obrolan secara intens. *Instagram* mempermudah dalam pencarian dengan memiliki fitur *hashtag* untuk membuat postingan bisa *trending*, namun *Instagram* memiliki waktu *liminasa* yang cukup singkat sehingga perlu sering-sering *update story* agar tidak tenggelam dengan pengguna *Instagram* lain, *Facebook* memiliki kelebihan jumlah teman yang tidak terbatas, adanya operasi ads sehingga bisa melakukan iklan sesuai target, kelemahannya tidak bisanya mencari konten yang diinginkan, jadi harus mengetahui nama akun *Facebook* tersebut baru bisa mencari produk yang diinginkan. *TikTok* kelebihan adalah bisa mengunggah video singkat yang dibuat dengan *hashtag* yang sedang *trending* bisa ikut *trending* dalam waktu singkat, namun kelemahan *TikTok* adalah tidak bisanya *chat personal* antar pelanggan yang benar-benar ingin membeli karena tidak adanya fitur *online*, dan dari yang saya lihat yang paling signifikan dalam membantu bertambahnya *followers* dan kunjungan itu karna adanya *hashtag*, tapi tetap yang dinomor satukan kualitas pengambilan foto dan vidionya juga yang paling berpengaruh.¹³⁷

Ada SOP yang harus dipatuhi dan dikerjakan dengan sepenuh hari oleh *customer service*, namun memang ada beberapa *customer service* yang belum melakukan SOP dengan baik, seperti tidak melakukan standart pelayanan yang diberikan oleh *founder*, biasanya kebanyakan kesalahan yang dilakukan oleh *customer*

¹³⁷ Wawancara dengan Fariah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 14 Januari 2022.

service dalam menghasilkan *closing* adalah tidak mau bertanya, mengerjakan sesuatu tergantung suasana hati, tidak mau memanggil nama dengan *customer* maupun reseller dan lain sebagainya, seperti yang dikatakan oleh *founder* sebagai berikut:

Memang disini ada SOP yang harus dipatuhi dan dilaksanakan, namun memang ada beberapa *customer service* yang kurang memperhatikan dan gamau bertanya sehingga gagal dalam menghasilkan *closing*, hal lain biasanya dia ngerjain sesuatu tergantung suasana hati, padahal orang yang diajak ngomong itu bisa lo ngrasain suasana hati kita kayak gimana, begitulah dan akhirnya gagal *closing*, dan kita kan biasanya kalau sama *customer* dan reseller itu nganggepnya kayak saudara, jadi saya selalu mengajarkan kepada *customer service* untuk memanggil nama yang diajak bicara biar mereka merasa dianggap, dan itupun kadang *customer service* tidak mengaplikasikan dan mengaggap hal itu sepele.¹³⁸

Mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran di Toko *Online Dewi Maryam Official* memang tidak ada target penjualan yang ditentukan oleh *founder*, namun karena gaji tambahan mereka bergantung kepada banyaknya penjualan yang masuk setiap individu, maka *customer service* akan menarget sendiri untuk bisa *closing* dengan omset sekian per bulannya, dan target yang dibuat *customer service* itu mayoritas tercapai namun memang ada beberapa yang belum tercapai, seperti yang dikatakan oleh *Liza leader customer service* sebagai berikut:

Seperti yang dikatakan mba Isma, memang mba Isma gak ngasih patokan atau angka penjualan harus sekian per bulannya. Namun itu kan gaji kita juga bergantung sama penjualan kita juga. Kalau semakin banyak jualan gajinya

¹³⁸ *Ibid.*

semakin banyak, sebaliknya kalau jualanya dikit ya dapetnya cuma gaji pokok aja. Siapa sih yang ga pengen bonus, dan bisa majuin perusahaan ini biar semakin banyak yang *order* nanti kedepan kita juga bakal usahain, dan apalagi mba Isma punya program bangun pondok pesantren juga kan. Jadi kita harus semangat berlomba-lomba dalam kebaikan. Kalau dilihat-lihat mayoritas target pribadi mereka 80% tercapai kok, tapi memang ada beberapa yang belum itu karna anak yang masih baru belum terlalu lihai untuk jualan dan lain sebagainya. Kalau dari *customer service* lama kebanyakan sudah tercapai, kadang bisa lebih karena kebanyakan mereka sudah punya reseller aktif dan pelanggan tetap.¹³⁹

Implementasi strategi komunikasi di Toko *Online Dewi*

Maryam Official dilaksanakan mulai tahun 2019 sampai saat ini.

Efektivitas implementasi strategi komunikasi pemasaran dapat

dikatakan efektif terbukti dari meningkatnya omset penjualan DM

Official bertambah dari tahun ke tahun. Tahun 2018 omset awal 2-3

juta per bulan, namun setelah diaplikasikanya strategi komunikasi

pemasaran, omset naik signifikan yaitu pada tahun 2019 50 juta per

bulan, tahun 2020 100 juta per bulan, dan pada tahun 2021 tembus

omset 200-300 juta per bulan, hal ini seperti yang disampaikan oleh

founder sebagai berikut:

Implementasi strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan *customer service* menurut saya efektif. Karena awal-awal berdirinya toko ini kan masih belum ada strategi apapun, yang penting jualan gitu aja. Tapi setelah tak fikir masak mau gini-gini aja, temen-temen *marketer* yang lain itu ada yang sampek dapat *reward handphone*, ada yang umroh dan lain-lain, saya juga pengen kan. Terus saya mikir gimana ya caranya biar bisa menaikkan omset dan menghasilkan *closing* yang banyak. Akhirnya saya buatlah strategi komunikasi pemasaran itu, dan diimplementasikan oleh

¹³⁹ Wawancara dengan Liza *Leader Customer Service* di Toko *Online Dewi Maryam Official* Tanggal 17 Januari 2022.

customer service saya. Dan allhamdulillah omsetnya dapat dikatakan naik signifikan dari tahun 2018 masih nyantai tanpa strategi itu 2-3 juta per bulan, pada tahun 2019 sudah mulai mengimplementasikan menjadi 50 juta per bulan, tahun 2020 lebih fokus lagi menjadi 100 juta per bulan, dan pada tahun 2021 naik lagi mencapai angka 200-300 juta per bulan allhamdulillah.¹⁴⁰

Masalah-masalah yang terjadi dalam proses *planning*, *organizing* dan *actuating* komunikasi pemasaran pasti ada, namun mayoritas ditemukan dari *organizing*. Karena pribadi masing-masing *customer service* sangat berpengaruh terhadap kinerja mereka dan akhirnya sering membuat perusahaan merugi, hal tersebut seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Menurutku masalah terbesar ya dibagian *organizing*, karena masalah itu sering terjadi, dan masalah paling sering ya dari pribadi mereka masing-masing, seperti kalau mereka memang tidak menyukai pekerjaan itu, kalau memang mereka tidak kompeten dalam bagian itu, itu akan mempengaruhi kinerja mereka dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran yang telah saya buat. Tidak hanya itu saya percaya bahwa, rezeki masing-masing orang itu kan berbeda-beda kadang ada yang gara-gara tidak direstui orang tuanya itu bikin dia seret rezekinya, ada karena dia pacaran dan lain-lain yang intinya bikin dia seret rezekinya, akhirnya berdampak juga kepada perusahaan.¹⁴¹

Mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran memang tidak satu dua kali mengalami yang namanya penolakan, namun *founder* selalu memberikan arahan dan selalu mengingatkan kepada para *customer service* untuk selalu fokus kepada solusi, apa yang membuat ditolaknya barang tersebut, lalu diberikan opsi dan

¹⁴⁰ Wawancara dengan Fariyah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 14 Januari 2022.

¹⁴¹ *Ibid.*

solusi, hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Dania *customer service* sebagai berikut:

Biasanya mba Isma selalu mengingatkan kita kalau mengalami penolakan apa yang harus kita lakukan, di sana kita gak boleh gak bertanya, jadi apapun yang sekiranya menghambat jalannya pekerjaan ya kita harus tanyakan ke *leader* atau *founder*. Contohnya saat mengalami penolakan ini, biasanya kalau ada masalah penolakan kayak gini kita gak boleh fokus sama masalahnya, tapi fokus sama penyelesaian masalahnya.¹⁴²

Yola salah satu *customer service* juga menambahkan pendapat dari Dania sebagai berikut:

Mba dania betul, biasanya mba Isma saat evaluasi selalu nanyain apa aja yang membuat kalian gagal *closing*, kalau sudah ditemukan masalahnya pasti langsung dibahas sama-sama. Kalau ditanya strategi apa yang dilakukan jika mengalami penolakan, biasanya kita tanya dulu ke *customer*, yang menjadi pertimbangan mereka apa? kalau model, ya kita coba kasih opsi model lain mungkin dari *brand* lain yang modelnya hampir sama, kalau harga coba dicarikan harga yang sama dengan model yang berbeda, kalau gak mau barang-barang yang sistemnya PO ya coba kasih opsi baju-baju yang *ready*, kalau ekspedisinya yang mahal ya kita cari ekspedisi yang miring harganya, dan lain sebagainya.¹⁴³

2. Pemahaman *Founder* dalam Penerapan manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.

Sebagai umat muslim dalam segala kegiatannya telah diatur dalam Al-Qur'an sebagai pedoman, terdapat halal dan haram untuk tidak dilakukan dan boleh untuk dilakukan. Wujud ketaqwaan umat muslim dengan cara selalu melibatkan Allah SWT dalam setiap

¹⁴² Wawancara dengan Dania *Customer Service* Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

¹⁴³ Wawancara dengan Yola *Customer Service* Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 17 Januari 2022.

kegiatan, termasuk kegiatan bisnis. Bisnis tidak semata-mata hanya untuk mencari profit namun juga mencari ridho Allah SWT. Bisnis yang diridhoi oleh Allah SWT pasti akan selalu untung, walaupun ada kala merugi di dunia, pembisnis akan tetap teruntungkan karena mendapatkan pahala dengan istikhomah menjalankan bisnis sesuai dengan syariat Islam, seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Saya membangun bisnis memang dari awal tidak semata-mata untuk mengkayakan diri saya sendiri, namun saya ingin membantu orang lain, saya niatkan untuk membantu wanita muslim untuk bisa menutup aurat, membangun silaturahmi dengan orang-orang baru, selain itu saya ingin segala kegiatan di sini selalu berlandarkan dengan syariat Islam, untuk mencapai ridhonya Allah SWT. Selalu saya ingatkan kepada para tim untuk selalu semangat karena ini bukan hanya ajang pencarian kekayaan di dunia, namun juga ajang mencari kekayaan di akhirat. Berharap sekali usaha ini bisa besar dan berkembang agar semakin banyak orang yang dapat kita bantu semoga Allah SWT meridhoi.¹⁴⁴

a. *Planning*

Planning adalah salah satu kegiatan merencanakan dengan baik dan terukur untuk mencapai sebuah tujuan. Pemahaman *founder* dalam membuat *planning* adalah selalu membuat perencanaan yang baik dengan jelas, realistis dan tuntas, seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Kalau *planning* saya selalu mengusahakan yang terbaik, seperti ada beberapa yang tercantum di bagian *core value* DM itu kan saya tanamkan kepada diri saya sendiri maupun kepada tim untuk selalu berorientasi *zero deffect*, semua

¹⁴⁴ Wawancara dengan Fariah Ismah Wahidah *Founder* di Toko *Online* Dewi Maryam Official Tanggal 14 Januari 2022.

pekerjaan yang dilakukan harus sesuai *by design* dan barometer yang jelas, bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas, itu beberapa *core value* yang saya pegang teguh untuk membuat *planning*, sehingga saya memikirkan betul-betul bagaimana kedepannya dan apa yang mungkin terjadi sudah saya pikirkan dan pasti saya siap dengan resiko dan solusi yang saya miliki.¹⁴⁵

b. *Organizing*

Organizing adalah sebuah proses pembagian tugas kepada SDM sesuai dengan keahlian dan kompetensi setiap orang. Pemahaman *founder* dalam melakukan proses *organizing* adalah dengan selalu memberikan tugas yang cocok untuk setiap jabatan, memberikan kesempatan setiap SDM untuk berkembang, dan selalu membangun lingkungan yang baik agar tercipta hubungan baik antar pekerja maupun dengan atasan. *Founder* mengatakan tentang hal tersebut sebagai berikut:

Pemahaman saya dalam melakukan *organizing* adalah selalu memberikan semua tim untuk melakukan hal yang memang dia bisa dan dia kuasai, dan saya selalu memberikan kesempatan mereka untuk mengembangkan keahlian mereka untuk dapat dikembangkan, selain itu saya juga selalu memberikan kesempatan siapapun untuk bisa naik ke *next level* untuk melatih mental, kesabaran dan yang lainnya sebagai *leader*. Pengorganisasian yang paling penting itu ya saya lihat dari lingkungan juga, kalau lingkungan dan hubungan kerja antar pekerja baik, pasti suasana hati mereka akan baik dan pelanggan akan merasa senang, jadi sesekali saya biasanya mengajak mereka untuk sekedar makan atau ngumpul bersama tanpa menyinggung pekerjaan, agar rasa solidaritas mereka terbangun dengan sendirinya.¹⁴⁶

¹⁴⁵ *Ibid.*

¹⁴⁶ *Ibid.*

c. *Actuating*

Actuating adalah sebuah proses pelaksanaan, adanya *planning* ataupun *organizing* yang baik, jika tidak diimbangi dengan pelaksanaan yang baik dan maksimal, maka tidak akan efektif dan tidak akan tercapai tujuan yang diinginkan. Pemahaman *founder* dalam proses *actuating* strategi komunikasi pemasaran adalah selalu memberikan petunjuk, pengarahan dan motivasi untuk tim agar mereka bisa bekerja dengan totalitas dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan, seperti yang disampaikan oleh *founder* sebagai berikut:

Bener ya, yang namanya *planning* bagus, pengorganisasian bagus, tapi kalau pelaksanaannya gak bagus ya percuma semua itu harus *balance*. Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran ya saya selalu ingatkan dan tanamkan *core value* DM yang antara lain totalitaslah dalam pekerjaan, berfikir positif, cintai pekerjaan, berikan layanan terbaik bagi *customer* atau reseller, bersikap ihsan dalam bekerja, selalu memiliki jalan keluar dari setiap masalah pekerjaan, berani menghadapi masalah, memiliki semangat kompetisi, tidak ada pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan, selalu berfikir kreatif dan inovatif, berorientasi *zero defect*, selalu ada terobosan baru, menjalankan SOP perusahaan dengan sepenuh hati, semua pekerjaan yang dilakukan *harus by design* dan barometer yang jelas, sekecil apapun masalah tidak dianggap sepele, bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas, memberikan kemampuan yang terbaik untuk perusahaan dan lain sebagainya.¹⁴⁷

Founder juga menambahkan bahwa tim memiliki hak bimbingan jika tidak tahu terhadap sesuatu, serta *founder* selalu

¹⁴⁷ *Ibid.*

memberikan motivasi untuk selalu semangat bekerja karena usaha ini bukan semata-mata untuk mencapai kesejahteraan dunia namun juga untuk mencari kesejahteraan di akhirat, seperti yang dikatakan *founder* sebagai berikut:

Bukan hanya SOP dan *core value* DM yang harus diterapkan dan dipatuhi, namun tim memiliki hak untuk mendapatkan bimbingan jika tidak tahu, jadi hal yang paling tidak saya sukai kalau dia gak bisa tapi gak mau tanya, saya malah suka yang banyak tanya dan mau bertindak, jadi keliatan kalau dia mau belajar dan berusaha. Tidak hanya itu, dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran saya tidak pernah bosan-bosan untuk mengingatkan dan memotivasi tim untuk bekerja dengan totalitas dan sungguh-sungguh, karena semakin banyak profit yang didapatkan semakin banyak pula orang yang terbantu. Kadang mereka saya suruh untuk memberikan dana yang disumbangkan sendiri, agar mereka bisa merasakan indahnya berbagi itu seperti apa.¹⁴⁸

d. *Controlling*

Controlling adalah kegiatan mengukur dan memastikan bahwa pelaksanaan sudah sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Pemahaman *founder* terhadap kegiatan *controlling* dalam implementasi strategi komunikasi pemasaran adalah dengan memastikan bahwa semua tim sudah melaksanakan SOP dan *core value* DM yang telah dibuat. Memastikan bahwa *planning* berjalan dengan lancar dan sesuai dengan arah yang ingin dicapai, hal ini juga dipaparkan oleh *founder* sebagai berikut:

Controlling menurutku juga unsur yang tidak bisa ditinggalkan ya, kalau gak dikontrol segala kegiatan yang ada, pasti tidak akan berjalan sesuai arah yang diinginkan. Saya selalu mengadakan evaluasi setiap minggunya, untuk

¹⁴⁸ Wawancara dengan Liza selaku *Leader Customer Service*, 17 Januari 2022.

mengetahui apakah tim masih berjalan sesuai dengan apa yang dituju DM. Biasanya pengevaluasian ini yang saya evaluasi adalah apakah SOP dan *core value* yang saya tetapkan sudah diterapkan, bagaimana prospek penjualan dari tim, banyak *chat* atau tidak, masalah-masalah apa yang terjadi selama sepekan ini, dan kemudian dicari opsi dan solusi untuk dipecahkan bersama-sama sehingga tujuan kita terarah dan siap untuk dicapai. Saya juga selalu melakukan pengawasan setiap saat dengan memantau media sosial yang dipegang oleh setiap *customer service* untuk dapat saya ketahui apakah *customer service* sudah melakukan tugasnya dengan baik atau belum jadi saya pantau terus.¹⁴⁹

¹⁴⁹ *Ibid.*