BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Toko Akahijab Tulungagung

Semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha maupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, dan perusahaan tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya.[88]Demikian pula dengan toko Akahijab Tulungagung tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen. Pasar tidak lagi seperti dulu, pemasar harus memperhatikan dan merespon sejumlah perkembangan signifikan sebagai realitas pemasaran. Proses-proses manajemen, termasuk manajemen syariah pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan sutau bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi pemasaran.[89]

Strategi pemasaran merupakan teknik penyampaian barang dan jasa yang diinginkan pelanggan, dan meliputi kegiatan yang berkaitan dengan usaha untuk mendapatkan serta mempertahankan pelanggan. Rahasia

[88]Zainal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Pustaka Alvaber, 2009), hlm. 14

[89]Nurul Huda dkk, Pemasaran syariah teori dan Aplikasi, (Depok: Kencana, 2017), hlm.9

keberhasilan pemasaran terletak pada kemampuan untuk memahami permintaan, kebutuhan dan keinginan pelanggan sebelum perusahaan pesaing melakukannya. Produk dan jasa yang ditawarkan harus dapat memuaskan permintaan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan. Aktivitas pemasaran harus memberikan layanan, kenyamanan, dan nilai bagi pelanggan agar mereka mau kembali lagi untuk membeli. Dalam lingkungan bisnis global dan persaingan yang semakin ketat, pemilik perusahaan harus memahami pentingnya mengembangkan strategi pemasaran yang relevan. Kesuksesan dan keberhasilan hidup perusahaan akan sangat bergantung pada strategi pemasaran tersebut. Strategi pemasaran yang sukses tidak mengharuskan seorang wirausahawan menghabiskan banyak uang, tetapi lebih menekankan pada kreativitas, kecerdikan dan pemahaman yang baik mengenai kebiasaan membeli para pelanggan.[90] Secara umum, strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Dengan demikian strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan tidak dapat dilakukan hanya sekali proses saja, tetapi butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan perusahaan tersebut. Hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat atau calon pembeli agar mau berbelanja dan bertahan dengan perusahaan kita.

Sesuai dengan strategi pemasaran yang telah diuraikan di bab IV akan dikaji dalam *segmenting*, *targeting*, *positioning dan bauran pemasaran* toko

[90] Hery, Menyusun Rencana Pemasaran Gerilya, (Jakarta: PT. Grasindo, 2017), hlm. 3

Akahijab Tulungagung dalam upaya menigkatkan penjualan produk dan mempertahankan konsumen yang telah ada (memenangkan *mind-share,heart-share* dan *market-share*). Dalam melakukan suatu kegiatan usahanya, seperti toko Akahijab ini telah mempunyai dan menerapkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan potensi di pasar daerah tersebut. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh toko Akahijab Tulungagung adalah sebagai berikut:

Segmentasi pasar merupakan tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen dibedakan menurut karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri, sedangkan *targeting* (target pasar) merupakan tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.[91] Untuk segmentasi dan targeting dari toko Akahijab adalah masyarakat muslim Tulungagung dan masyarakat yang melintasi jalan raya Jepun, baik masyarakat Tulungagung maupun dari luar daerah Tulungaung mulai usia anak-anak, remaja hingga dewasa.

Positioning (penetapan posisi pasar) berarti bagaimana membuat barang yang di jual memiliki keunggulan, disenangi dan melekat dihati pelanggan dan bisa melekat dalam jangka waktu yang lama. *Positioing* berhubungan dengan apa yang ada dibenak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam jangka waktu yang

[91]Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*,Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2005,hlm 114

lama. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen (memenangkan *mind-share*). Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari: dasar atribut (harga murah atau harga mahal), menurut kelas pengguna, dan kelas produk. Untuk penetapan pasar ini toko Akahijab memiliki keunggulan yang membedakannya dengan pesaing lainnya seperti dalam layanan pesan antar dimana jika konsumen membutuhkan bantuan untuk mencarikan produk tertentu, maka toko Akahijab siap membantu mencarikan produk tersebut. Sehingga, toko Akahijab dapat mencarikan barang yang diminta dan mendistribusikannya melalui jasa pengiriman JNE dan JNT maupun datang ke toko langsung.

Terkait dengan bauran pemasaran yang dilakukan toko akahijab adalah: a). strategi harga yang diterapkan toko Akahijab yaitu, harga yang ditetapkan merupakan harga pas dan tidak boleh ditawar. Dalam menjalankan bisnisnya, toko Akahijab tidak mencari untung banyak yang terpenting produk toko Akahijab laku banyak, harga di sesuaikan dengan kualitas barang dan sesuai dengan strandart harga pasar. Dengan harga yang diperuntukkan kalangan menengah kebawah sangat mudah dijangkau semua kalangan masyarakat, membuat toko ini semakin maju. b). Melakukan kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh toko Akahijab adalah melalui sosial media instagram. Dimana, toko Akahijab selain membuka toko juga melayani pembelian secara *online* dan grosir. Seperti yang kita ketahui bahwasanya, sekarang ini banyak sekali jasa-jasa penjualan secara *online*. Bisnis *online*

adalah salah satu cara yang ampuh untuk meningkatkan penjualan. Karena sekarang ini hampir semua orang memiliki *gadget*. Dengan adanya akun instagram ini diharapkan dapat menarik konsumen lebih luas. Artinya, sarana ini digunakan untuk memperkenalkan produk toko Akahijab untuk wilayah Tulungagung maupun luar Tulungagung. Akun instagram ini diberi nama "Akahijab". Didalam akun ini, kita dapat melihat berbagai macam koleksi produk yang di jual di toko Akahijab. Jika ada model terbaru maka toko Akahijab akan *upload* gambar dari barang tersebut. Selain itu, toko Akahijab juga melakukan promosi melalui banner, mengadakan give away, promo awal atau akhir tahun, cuci gudang dan *voucher* belanja. c). Strategi produk toko Akahijab yaitu, toko Akahijab menjual busana muslim, hijab, rok, *blouse* dan tas, yang modern dan elegan namun tetap syar'i. Produk yang di jual di Akahijab selain menyesuaikan trend masa kini dengan variasi model dan warna yang lengkap), d). *Place*/saluran distribusi: Toko Akahijab memiliki lokasi yang strategis, sehingga memudahkan masyarakat dalam melihat koleksi ketika melewati jalan raya lampu merah jepun. Selain itu, dengan akses jalan yang bagus dapat mempermudah toko Akahijab dalam mendistribusikan produknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Dimas Hendika Wibowo tahun 2015 dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan daya saing UMKM batik Diajeng Solo tentang perumusan strategi pemasaran yang terdiri dari segmentasi, targeting dan positioning. Kemudian, penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Apri Budianto dalam bukunya manajemen

pemasaran tentang bauran pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, dan promosi.*

B. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pemjualan Produk di Toko Akahijab Tulungagung Ditinjau dari Ekonomi Islam

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran Islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran Islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada *stake holders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip syariah dan muamalah dalam Islam. Secara umum, strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.[92]

Di dalam kegiatan pemasaran, seseorang juga melakukan silaturrahmi dengan sesama manusia. Menjaga silaturrahmi sesama manusia adalah hal yang wajib. Karena dalam proses pemasaran tentunya kita akan bertemu dengan banyak orang, semakin banyak relasi yang dikenal maka akan semakin

[92] http://eprints.walisongo.ac.id/, diakses pada tanggal 15 Februari 2018, pkl. 12.41 WIB

memperpanjang tali silaturrahmi. Disini, pemasaran syariah memegang peran penting dalam setiap kegiatan bermuamalah.

Di zaman yang semakin maju dan teknologi yang semakin canggih, menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa ada banyak oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab dalam menjual dan memasarkan produknya. Segala cara dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang besar, tanpa memikirkan dampak yang diterima oleh orang yang dirugikannya. Untuk membatasi kecurangan-kecurangan yang terjadi, maka pemasaran syariah adalah hal yang tepat untuk dilakukan untuk menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat.

Penampilan seorang karyawan juga dapat mencerminkan toko tersebut. Dalam hal ini, toko Akahijab dalam menetapkan standar pakaian, tidak menuntut untuk syar'i sekali. Tetapi toko Akahijab menerapkan standar pakaian yang wajib untuk para karyawannya yaitu, karyawan toko Akahijab wajib berjilbab, memakai pakaian yang sopan dan sholat. Dlam menghadapi persaingan, toko Akahijab tidak mementingkan dirinya sendiri, disini pemilik toko Akahijab menganggap bahwa persaingan bukanlah sesuatu yang negatif. Menurut pemilik toko Akahijab, persaingan adalah salah satu motivasi untuk membuat toko menjadi lebih baik lagi. Pemilik toko Akahijab meyakini bahwa rejeki masing-masing orang sudah ditentukan oleh Allah SWT. Sebagai salah satu perwujudan nyata, pengahsilan yang diperoleh toko Akahijab digunakan untuk membantu yayasan panti asuhan.

Berdasarkan teori menurut Hemawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, strategi pemasaran toko Akahijab akan dianalisa berdasarkan empat variabel dalam bauran pemasaran *(marketing mix)* dan berdasarkan dengan pemasaran yang dilakukan Nabi Muhammad SAW yang terdiri dari sifat *shidiq, amanah, tabligh* dan *fathanah*.

1. Produk

   Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.[93] Sesuai dengan praktek nabi Muhamad dalam berbisnis yaitu:

   a. *Shidiq* (Jujur atau Benar)

      Sifat shidiq ini sangat dibutuhkan karena produk yang akan dipasarkan itu haruslah berdasarkan kejujuran. Produk yang dijual harus benar-benar barang baru dan bersifat halal untuk digunakan. Dalam hal ini, produk yang di jual di toko Akahijab merupakan benar-benar barang baru, produk halal, memiliki kualitas yang disesuaikan dengan harga dan toko Akahijab menyediakan banyak varian pilihan produk dari toko lainnya namun tetap memberikan jaminan kualitas yang terjamin serta menguntungkan bagi konsumen. Serta selalu berlaku jujur pada setiap produk yang ada, dengan cara memberikan keterangan spesifik

[93] Cannon, Joseph, *Dasar Pemasaran Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm.285

tentang bahan/kain, ukuran, dan detail gambar pada setiap gambar yang di *upload* ke instagram.

b. *Amanah* (Dapat di Percaya)

Produk yang ditawarkan toko Akahijab benar-benar dapat dipercaya dan aman digunakan oleh konsumen. Selain itu, calon pembeli dapat mencoba barang tersebut sebelum membeli, karena di toko Akahijab disediakan kamar pas dan kaca. Ketika menjual secara online, toko Akahijab telah memberikan keterangan tentang spesifikasi produk tersebut, mulai dari harga, detail motif, bahan/ kain dan ukuran.

c. *Fathanah* (Cerdas)

Fathanah atau cerdas, berarti pihak Akahijab selalu membuat kreatifitas dan inovasi baru yang bisa membuat berbeda dari toko lainnya. Dalam hal ini, toko Akahijab cerdik dalam memasok barang yang sesuai dengan selera konsumen dengan cara mengupdate model terbaru. Misalnya, jilbab yang lagi ngetren yaitu jilbab maxmara maupun khimar pet.

d. *Tabligh* (Komunikatif)

Dalam hal ini, para karyawan menyampaikan tentang keunggulan-keunggulan produk secara ramah dan sesuai dengan kenyataan keadaan barang tersebut. Toko Akahijab selalu menggapi dengan senang hati ketika ada pembeli yang komplain, jika ada kerusakan pengiriman maka barang akan diretur. Dengan ini, melalui produknya toko Akahijab dapat menunjukkan bahwa melalui produknya, toko

Akahijab mampu menarik perhatian konsumen dan bertanggung jawab atas kualitas produknya.

2. *Price* (Harga)

Harga meruapakan satuan ukur mengenai mutu suatu produk, harga ataupun jumlah uang yang di butuhkan pembeli untuk memperoleh kombinasi barang dan pelayanan. Penetapan harga ini tidak mempertimbangkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat.[94]Berdasarkan praktik dagang nabi Muhammad SAW dalam berbisnis adalah:

a. *Shidiq* (Jujur/Benar)

Dalam penetapan harga, toko Akahijab memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang tersebut. Harga juga di sesuaikan dengan standar harga pasar toko lainnya tanpa saling merugikan antara konsumen maupun pedagang lainnya. Selain itu, toko Akahijab tidak mencari untuk banyak yang penting dagangannya laku banyak.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Karena harga yang di tetapkan toko Akahijab disesuaikan dengan kualitas barang, maka toko Akahijab amanah dalam menetapkan harga. Jika dilihat dari harganya pasti barang tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Jika barang yang dijual di toko akahijab tidak sesuai dengan keterangan di gambar, maka barang dapat dikembalikan.

c. *Tabligh* (Komunikatif)

---

[94]Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi manajemen dan perusahaan YKPN, 2004), hlm. 102

Toko Akahijab dalam menentukan harga bersifat komunikatif. Hal itu dikarenakan adanya kombinasi dari produk dan pelayanan yang diberikan toko Akahijab kepada konsumennya. Pihak toko Akahijab dalam menentukan harga tidak asal-asalan, yaitu berdasarkan kualitas barang dan disesuaikan dengan standart harga pasar.

d. *Fathanah* (Cerdas)

Pemilik toko Akahijab cerdas dalam menentukan suatu produk terhadap harga yang telah disesuaikan dengan mutu dan kualitas dari barang itu sendiri dengan tidak merugikan orang lain.

3. *Place* (Saluran Distribusi)

Tempat kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran meliputi: Lokasi, saluran distribusi, persediaan, transportasi dan *logistic*. Dalam hal ini, strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran.[95]Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW dalam berdagang yaitu:

a. *Shidiq* (jujur/benar)

Dalam saluran distribusi, toko Akahijab ini marupakan tanah/bangunan milik sendiri, selain itu toko Akahijab menyediakan tempat yang bersih dan tempat parkir yang luas, dingin untuk kenyamanan bagi para konsumennya dan benar bersifat jujur yang memberikan kenyamanan pada tempat. Dalam penyaluran produk, toko Akahijab

[95]Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 136

juga melayani pembelian dengan cara sistem *online*, untuk menghindari adanya kecurangan setiap transaksi harus ada bukti pembayaran transfer atau bukti tanda terima dari kurir.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Toko Akahijab merupakan salah satu toko yang menyediakan tempat yang nyaman dan dapat di percaya keamanannya. Dalam hal ini, tarif ongkir untuk masing-masing daerah benar-benar disesuaikan dengan kota tujuan pengiriman barang tersebut.

c. *Tabligh* (Komunikatif)

Dalam menetapkan lokasi, pemilik toko Akahijab bersikap komunikatif sehingga bisa mendapatkan tempat yang strategis, mudah dilihat dan dikunjungi oleh para calon pembeli.

d. *Fathanah* (Cerdas)

Pada awalnya toko akahijab adalah ruang garasi mobil, tetapi beliau dapat mendesain ruangan itu menjadi sebuah toko busana muslim dengan nuansa layaknya rumah sendiri, sehingga ruangan bisa beralih fungsi yang dulunya ruang garasi mobil sekarang menjadi tempat mencari rezeki.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya, aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan royal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang

bersangkutan. Ada 4 jenis kegiatan promosi, yaitu: Periklanan, *(advertising)*, promosi penjualan, Publisitas dan Penjualan Pribadi (*personal selling).*[96]

a. *Shiddiq* (Jujur)

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh toko Akahijab ini dilakukan secara jujur. Pemberian informasi produk sesuai dengan kenyataan. Setiap kali upload gambar produk, toko aka hijab selalu menyampaikan tentang spesifikasi barang tersebut, mulai dari bahan/kain, ukuran, dan detail motif dari masing-masing produk.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Pemberian informasi tentang produk toko Akahijab telah sesuai dengan kenyataan. Toko Akahijab memasarkan produknya dengan sesuai kenyataan barang tersebut, dengan tanpa melebih-lebihkan produknya dan tanpa menjelek-jelekan produk orang lain. Selain itu, jika ada kerusakan dalam pengiriman barang dapat di retur.

c. *Tabligh* (Komunikatif)

Karyawan toko Akahijab komunikatif dalam menyampaikan produk kepada calon pembeli. Di dalam akun instagram toko Akahijab telah di cantumkan nomor telepon dan whatsapp agar para calon pembeli lebih mudah dalam bertanya-tanya atau komunikasi mengenai produk yang akan dibeli. Di samping itu, para karyawan toko Akahijab memberikan pelayanan dengan penuh perhatian.

---

[96]Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hlm. 4

d. *Fathanah* (Cerdas)

Pemilik toko Akahijab cerdas dalam membaca situasi target pasar. Selain pemasaran melalui akun instagram, toko Akahijab juga memasang banner dan sering mengadakan diskon/potongan harga setiap pembelian tertentu, mengadakan cuci gudang, *give away*, promo awal tahun/akhir tahun, dan *voucher* belanja.

Hasil penelitian ini, sesuai degan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Mubarok dan Eriza Yolanda Maldina, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2017 dengan judul *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, tentang praktek dan sifat pemasaran Nabi Muhammad yang terdiri dari *Shidiq, Tabigh, Amanah* dan *Fathanah.*

Karakteristik pemasaran Islami yang dilakukan oleh Toko Akahijab adalah sebagai berikut :

1. Ketuhanan *(Rabbaniyah)*

   Pemilik toko Akahijab menganggap bahwa setiap gerik gerik manusia selalu di awasi oleh Allah SWT. Toko Akahijab didirikan tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan saja, tetapi juga untuk tujuan ibadah. Toko Akahijab selalu mengedepankan konsep rahmat dan ridho. Oleh karena itu, toko Akahijab senantiasa berperilaku jujur dalam segala hal. Toko Akahijab tidak melakukan kecurangan, penipuan apapun serta tidak merugikan orang lain.

2. Etis (Akhlak)

Strategi pemasaran Islami yang dilakukan toko Akahijab berada pada standar norma dan etika pada umumnya, tanpa merugikan orang lain. Toko Akahijab melayani konsumen dengan sepenuh hati dengan penuh perhatian, senantiasa menerima saran dari orang lain. Pihak toko Akahijab selalu mengutamakan kepuasan dan kenyamanan konsemennya dengan tidak membuntuti setiap calon pembeli yang datang ke toko. Inilah alasan mengapa toko Akahijab selalu memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para konsumennya.

3. Realistis/*Al-Wqiyah*

   Realistis atau *al-waqiyah* berarti sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ngada dan berbohong. Semua transaksi yang dilakukan berlandaskan realita, dimana setiap terjadi transaksi ada bukti pembayarannya. Toko Akahijab selalu mempromosikan produknya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan cara memberikan keterangan secara spesifik dari bahan/kain, ukuran, warna dan detail gambar produk yang di *upload* ke instagram.

4. Humanistis/*Al-Insaniyah*

   Humanistis atau *Al-insaniyah* berarti saling menghormati antara sesama manusia. Toko Akahijab tidak membeda-bedakan setiap pembeli yang datang, pihak toko Akahijab selalu menganggap bahwa pembeli adalah adalah raja. Dimana setiap ada calon pembeli, karyawan toko Akahijab memberikan kebebasan untuk memilih barang yang akan dibeli tanpa ada pengawasan yang ketat, dengan tidak

membuntuti setiap calon pembeli yang datang. Namun tetap dengan pengawasan terkontrol. Toko Akahijab berusaha untuk membuat kehidupan menjadi lebih baik melalui produk yang dijualnya. Dari sini toko Akahijab dapat memeperluas dan mempererat tali silaturrahmi antar konsumen maupun pesaing.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa toko Akahijab telah menerapkan karakteristik pemasaran Islami yang terdiri dari ketuhanan, etis (akhlak), realistis dan humanistis. Hal ini sesuai dengan teori dari Buchari Alma bahwa karakteristik pemasaran Islami terdiri dari bebrapa unsur yaitu ketuhanan, etis, realistis dan humanistis.[97]

Di dalam pemasaran Islam, terdapat prinsip-prinsip yang mengandung nilai-nilai iman yaitu, sesuai dengan teori dari Abdullah Amrin yang di terapkan pada toko Akahijab dalah sebagai berikut :

1. *Ikhtiar*

   Ihtiar meruapakan suatu bentuk usaha untuk mengadakan perubahan yang dilakukan seseorang dengan segenap kemampuan dengan tujuan untuk mengharap ridho Allah. Ikhtiar yang dilakukan pemilik toko Akahijab adalah mbak Mira berusaha mengembangkan bisnisnya yang dimualai dari jualan *online lipstick*, sekarang beliau sudah bsa membuka toko sendiri. Pemilik toko Akahijab juga sangat kreatif

[97]Buchari Alma, *Etika Bisnis Syari'ah*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 350

dengan mengalih fungsikan ruang garasi mobil menjadi ruangan toko yang digunakan untuk mencari rezeki.

2. *Manfaat*

   Dalam hal ini yang dimaksud manfaat adalah produk yang dijual di toko Akahijab dapat membawa manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat dari adanya produk toko Akahijab salah satunya adalah melalui busana muslim dan hijab. Dimana masyarakat dapat berpakaian syar'i namun tetap kelihatan anggun dan cantik. selain itu, dapat membuka lapangan pekerjaan bagi para karyawan dan *reseller*, bagi pemilik toko ini dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Serta untuk membantu anak-anak panti asuhan.

3. *Amanah*

   Amanah yaitu dapat dipercaya. Sebagaimna telah kita ketahui bahwa Rasulullah SAW dikenal sebagi orang yang professional dan jujur dengan sebutan Al-amin yang artinya dapat dipercaya. Dengan demikian, kejujuran bukan saja merupakan tuntutan dalam bisnis tetapi juga mengandung nilai ibadah, maka dari itu, sangatlah penting kita terapkan kejujuran dalam hal apasaja. Dalam hal ini, toko Akahijab selalu mengutamakan kejujuran dalam berbisnis. Pihak toko Akahijab mendiskripsikan setiap produknya dengan apa adanya tanpa melebih-lebihkan dan menjelek-jelekkan produk orang lain. Selain itu, tidak melakukan penipuan atau kecurangan dalam bentuk apapun. Karena pihak toko Akahijab beranggapan bahwa setiap gerak-gerik yang

dilakukan manusia selalu di awasi oleh Allah SWT. Untuk menghindari adanya penipuan, toko Akahijab meminta bukti transfer sesuai dengan harga barang yang dibeli, kemudian jika bukti transfer sudah ada, pihak toko Akahijab akan memproses pengiriman tersebut dan memastikan jika barang tersebut datang tanpa ada kerusakan. Jika ada kerusakan akibat pengiriman, maka toko Akahijab akan mengganti barang tersebut, selagi kelalaian itu berasal dari toko Akahijab sendiri.

4. Nasihat *(Nasi'ah).*

Produk atau jasa yang kita keluarkan harus mengandung unsur peringatan berupa nasihat yang terkandung didalamnya sehingga setiap konsumen yang memanfaatkannya akan tersentuh hatinya terhadap tujuan yang hakiki kemanfaatan produk atau jasa yang dipergunakan. Produk yang dijual di toko Akahijab mengandung unsur nasehat, seperti halnya jilbab dan gamis. Kita tahu bahwa seorang wanita wajib menutup aurat dan wanita telah di wajibkan memakai hijab ketika sudah baligh.

C. Analisis Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasran Islami Toko Akahijab Tulungagung

Dalam melakukan kegiatan usaha pasti ada kendala-kendala yang menghambat aktivitas perusahaan. Kegiatan pemasaran dan kebijakan-kebijakan yang di rumuskan sebelumnya tekadang tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan. Hal ini lah yang juga di hadapi toko Akahijab. Oleh karena itu, Untuk meminimalisir adanya permasalahan yang tidak diinginkan,

maka perencanaan strategi harus dilakukan dengan baik dan tepat sasaran. Berikut ini kelebihan dan kekurangan pemasaran Islami toko Akahijab Tulungagung.

1. Kelebihan dalam pemasaran toko Akahijab

   a. Menggunakan Strategi Pemasaran Islami

      Keuntungan yang di peroleh toko Akahijab yaitu karena toko Akahijab menggunakan strategi pemasaran Islami, toko Akahijab menjunjung tinggi sifat jujur dalam setiap menjalankan usahanya, bersifat amanah ketika mempromosikan produknya, sehingga menjadi lebih disukai oleh para konsumen.

   b. Melakukan Persaingan Sehat

      Dalam menghadapi persaingan, toko Akahijab melakukan persaingan yang sehat yaitu, pemilik toko Akahijab menganggap bahwa persaingan bukanlah sesuatu yang hal negatif. Menurut pemilik toko Akahijab, persaingan merupakan hal yang positif yang dapat memacu inovasi dan kerativitas seseorang. Toko Akahijab selalu mengidentifikasi apa yang menjadi kekurangan tokonya, sehingga dari sini toko Akahijab dapat melakukan perubahan yang lebih baik untuk perkembangan tokonya. Pemilik toko Akahijab tidak merasa takut dengan adanya pesaing yang ada, karena ia meyakini bahwa rezeki telah di atur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar kepada orang lain.

   c. Mempererat Hubungan Tali Silaturrahmi

Dengan adanya reseller dan pembeli, maka hal itu dapat mempererat tali silaturrahmi dengan semua pihak yang terlibat dalam toko Akahijab.

d. Kemudahan dalam terlihat

Salah satu keuntungan bagi toko Akahijab karena miliki lokasi yang strategis, yaitu di tepi jala raya dan berada di dekat persimpangan lampu merah Jepun. Setiap hari banyak seakali yang melintas di jalan itu, sehingga ketika masyarakat melewati jalan itu, maka toko Akahijab akan terlihat, hal ini di dukung oleh pemasangan banner yang berada di pintu masuk toko Akahijab.

e. Kemudahan dalam akses penjualan dan pembelian barang

Dari lokasi yang strategis inilah, toko Akahijab dapat memasarkan produknya dengan mudah. Siapa saja bisa datang ke toko Akahijab ketika melewati persimpangan lampu merah Jepun Tulungagung. Dengan adanya akses jalan yang bagus maka hal ini juga dapat mempermudah toko Akahijab dalam mendistribusikan produknya kepada para konsumen.

f. Menjual produk dengan design yang menarik dengan harga sesuai dengan standar harga pasar.

g. Membuka peluang sebagai *reseller*

Toko Akahijab membuka peluang bagi siapa saja yang ingin menjadi *reseller*. Dengan peluang ini, maka dapat memberikan keuntungan

bagi kedua belah pihak, toko Akahijab dan *reseller* tersebut. Melalui *reseller*, produk toko Akahijab akan lebih dikenal masyarakat luas.

h. Menyediakan produk yang Lengkap

Mengenai persediaan produk yang disediakan toko Akahijab bisa dikatakan lengkap, mulai dari variasi warna dan variasi model.

i. Adanya Potongan harga atau diskon untuk konsumen setiap pembelian dalam jumlah tertentu.

j. Sering mengadakan *give away*, *cuci gudang* dan promo awal atau akhir tahun

2. Kekurangan Dalam pemasaran Toko Akahijab Tulungagung

a. Dalam penetapan haraga, toko Akahijab tidak menerapkan sistem tawar menawar seperti yang dilakukan nabi Muhammad ketika berdagang. Hukum tawar menawar dalam Islam berdasarkan firman Allah dalam Al Qur'an ialah halal atau diperbolehkan selama dijalankan sesuai sumber syariat Islam. Tak apa jika berada dalam suatu perniagaan (jual beli) dilakukan tawar menawar harga hingga tercapai kesepakatan kedua belah pihak agar tidak ada rasa keterpaksaan dalam urusan jual beli tersebut. Berikut firman firman Allah yang menjelaskan hal tersebut:[98]

a). QS An Nisa Ayat 29

"*Wahai orang orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali*

[98] https://dalamislam.com, diakses pada tanggal 10 Februari 2018, Pukul.8.45 WIB

dengan jalan yang dilakukan atas dasar suka sama suka diantara kamu".

b). QS Al Munafiqun Ayat 9

"*Hai orang orang beriman, janganlah hartamu dan anak anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah barang siapa yang berbuat demikian maka mereka itulah orang orang yang rugi"*.

c). HR.Muslim

"Dua orang yang sedang melakukan jual beli diperbolehkan tawar menawar selama belum berpisah, jika mereka itu berlaku jujur dan menjelaskan ciri dagangannya maka mereka akan diberi barakah dalam perdagangannya itu"

b. Kurangnya media Promosi yang digunakan

Minimnya media promosi yang digunakan toko Akahijab dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini, toko Akahijab belum menerapkan promosi secara *face to face* secara lisan maupun melalui brosur. Karena, selama ini, toko Akahijab dalam mempromosikan produknya hanya melalui sosial media instagram dan banner atau promo saja.

c. Ruangan Toko Kurang Luas

Jika dilihat dari banyaknya produk dan banyaknya stok, ruangan toko Akahijab ini kurang luas. Karena dulunya toko Akahijab ini adalah ruang garasi mobil.

d. Toko Akahijab belum Produksi Busana Muslim Sendiri

Toko Akahijab belum memproduksi busana muslim sendiri, beliau memasok barang dari bandung, solo dan Jakarta.

e. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, toko Akahijab belum menerapkan pencacatan laporan usaha secara sistematis. Padahal pencacatan ini sangat penting untuk dilakukan dalam melihat perkembangan kemajuan toko.

f. Toko Akahijab belum memiliki logo.

Logo merupakan identitas dari perusahaan yang didirikan. Logo biasanya di buat berbeda dengan yang lain. Jika tidak menggunakan logo maka, pelanggan akan sulit untuk mengigat perusahaan kita. Sebenarnya pihak toko akhijab ingin membuat logo, tetapi pihak toko belum mendapat ide atau inspirasi untuk merealisasikannya.