

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

1. Sejarah Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Adzkia Hijab Syar'i merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang industri pakaian jadi yang mana model pakaian tersebut dinamakan Gamis Syar'i. Bisnis sandang ini didirikan pada tahun 2013 oleh seorang pemuda bernama Arif Fatkhurrohman. Ide untuk mendirikan bisnis tersebut dilatarbelakangi oleh adik perempuannya yang sangat gemar mengenakan pakaian gamis, kemudian beliau sering memesan gamis untuk adiknya kepada saudaranya yang bekerja sebagai penjahit. Setelah itu beliau mengupload foto adiknya yang berpakaian gamis, dan dari situlah ide untuk mendirikan bisnis Gamis Syar'i mulai muncul yang kemudian bisnis tersebut dinamakan Adzkia Hijab Syar'i. Pemilihan nama "ADZKIA" itu sendiri diambil dari nama adik perempuannya yang paling kecil.

Dalam mendirikan dan memproduksi Gamis Syar'i ini, Pak Arif didukung oleh keluarga dan awalnya dibantu oleh saudaranya yang bekerja sebagai penjahit. Setelah gamis diproduksi, kemudian beliau dan adik-adiknya mulai memasarkan dan menjual produk Gamis Syar'i tersebut melalui media sosial.

Karena semakin banyaknya konsumen, hal ini membuat penjualan produk terus meningkat dan akhirnya Pak Arif menyewa sebuah ruko atau toko offline di Jl. Mastrip, no. 33, Kelurahan Japun, Tulungagung sebagai pusat penjualan Gamis Syar'i dan beliau merekrut beberapa orang untuk dijadikan sebagai karyawan, baik ditempatkan pada bagian produksi maupun pada bagian administrasi.

Merek (*brand*) Adzkia Hijab Syar'i belum dipatenkan. Tetapi untuk penjualan produk gamis milik Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung terus mengalami peningkatan karena semakin banyaknya pemasar (*marketer*) produk milik Adzkia dan semakin dikenalnya merek (*brand*) milik Adzkia Hijab Syar'i di masyarakat. Tentu saja hal ini juga diimbangi dengan kualitas produk milik Adzkia Hijab Syar'i yang dikenal baik dan berkualitas. Adzkia Hijab Syar'i memiliki 11 karyawan tetap (belum termasuk penjahit) yaitu 9 orang pada bagian administrasi dan 2 orang pada bagian packing produk yang ditempatkan di toko pusat penjualan Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung. Sedangkan untuk para marketer sudah lebih dari 100 orang marketer yang sudah tersebar di semua wilayah dan semuanya menggunakan sistem online.

2. Lokasi Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Lokasi pusat produksi Gamis Syar'i Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung terletak di Jl. Mastrip, No. 33, Kelurahan Japun, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, 66218

3. Layout Tempat Usaha Adzkia Hijab Syar'i

Selain melayani pembelian online, Adzkia Hijab Syar'i juga memiliki sebuah toko offline atau ruko sebagai pusat penjualan. Bangunan ruko ini menghadap ke arah barat dan terbilang simpel karena memiliki ukuran yang juga tidak terlalu luas. Ruko ini terletak tidak jauh dari pusat kota, jadi sangat mudah dijangkau karena letaknya yang strategis yaitu di pinggir jalan raya. Di sekitar ruko tersebut, terdapat sejumlah pertokoan milik warga, gedung pertemuan, dan juga terdapat salah satu sekolah kejuruan milik swasta.

4. Produk Adzkia Hijab Syar'i

Adzkia Hijab Syar'i adalah sebuah bisnis pakaian jadi wanita muslimah yang tampilannya sesuai syariat Islam. Jadi, produk yang ditawarkan oleh Adzkia Hijab Syar'i yakni berupa gamis atau pakaian wanita muslimah yang modelnya panjang, tertutup dan sesuai syariat Islam. Gamis biasanya dipadukan dengan jilbab panjang yang biasa disebut khimar.

Di Adzkia Hijab Syar'i, untuk ukuran produk gamis terbagi menjadi 4 (empat) yaitu S, M, L, dan XL. Toko ini memproduksi sendiri produk gamis yang dijualnya, sehingga lebih mudah mengetahui apa saja produk yang ready stock di toko atau produk yang masuk dalam proses pre-order. Bahan untuk pembuatan gamis dan jilbab dibeli dari Tulungagung yang

mana bahan harus benar-benar berkualitas dan baik. Hal ini dijelaskan oleh pimpinan Adzkia Hijab Syar'i yang bernama Pak Arif sebagai berikut:

“Semua gamis syar'i beserta khimar disini itu bikin sendiri atau produksi sendiri. Sebenarnya ada aksesorisnya, ada bross tapi itu untuk bonus saja. Di toko kami untuk ukuran baju gamisnya masih ukuran umum, yaitu ada S,M,L, sama XL. Bikin gamisnya ada 2, ada yang sesuai pesanan, jadi kita open p.o dulu, terus kemudian gamisnya dibuat, baru kalau udah jadi baru dikirim. Tapi ada juga yang sudah ready stock di toko, kalau ready stock kan setiap hari produksi. Sedangkan untuk bahan gamis dan jilbab ada yang dari Tulungagung, tapi kalau di Tulungagung habis terpaksa cari-cari dimana yang ada, kadang sampai cari ke luar pulau juga pernah pokoknya yang ada dan yang menurut kami berkualitas baik.”¹⁰⁰

Untuk menghindari adanya kejenuhan dari konsumen, maka Adzkia Hijab Syar'i selalu membuat inovasi-inovasi baru dengan memproduksi gamis yang model atau coraknya selalu *up to date*. Hal ini dituturkan oleh Pak Arif, sebagai berikut:

“Iya kita selalu berusaha memproduksi dan menciptakan gamis dengan model baru, corak atau motif baru, menambahkan koleksi warna-warna yang lebih banyak dan membuat nama-nama gamis baru ini tujuannya untuk menghindari adanya kejenuhan dari calon pembeli. Seperti contoh, misalnya setelah memproduksi gamis dengan nama misal gamis A, lalu kita memproduksi gamis dengan nama gamis B, meskipun nanti akhirnya setelah beberapa bulan kemudian mengeluarkan produk gamis dengan nama A lagi, itu kita selalu memodifikasinya, terkadang warnanya yang baru atau motifnya yang baru.”¹⁰¹

Berikut keterangan mengenai produk Adzkia Hijab, dari salah satu konsumen produk Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung, Ibu Anik, sebagai berikut:

¹⁰⁰ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung), Selasa, 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

¹⁰¹ Ibid.

“Menurut saya, produk Adzkia Hijab itu selain selalu *up to date*, dan corak-coraknya yang menarik, namun tampilannya yang modis, *elegant* itu tetap mengusung konsep syar’i. Untuk bahan kainnya juga nyaman sekali dipakai, sesuai harga.”¹⁰²

Tabel 4.1
Nama-nama Produk Gamis Syar’i Adzkia Hijab Syar’i
Tulungagung

Tahun	Nama-nama Produk Gamis Syar’i Adzkia Hijab Syar’i
2013	Gamis Sifon dan Gamis ManisQu
2014	Gamis Justmine, Gamis Blacksweet, Gamis ManisQu
2015	Gamis Twins, Gamis ManisQu, Gamis Vintage
2016	Gamis Polka, Gamis Lentera, Gamis Vintage, Gamis Ghaida
2017	Gamis Vintage Motif, Gamis ManisQu, Gamis j-daily, Gamis New Lentera, Gamis New Blacksweet, Gamis Lentera, Gamis Aina Lonceng, Gamis Aliya, Gamis Canda, Gamis Ghaida Motif
2018	Gamis Aira, Gamis Lentera, Gamis ManisQu, Gamis Ghaida, Gamis Fazia, Gamis Justmine, Gamis Sofia

Sumber: Data Penjualan Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung Tahun 2013-2018

5. Harga Produk Adzkia Hijab Syar’i

Adzkia Hijab Syar’i sudah mematok harga yang berbeda-beda untuk setiap model gamis sesuai kualitas bahan maupun tingkat kesulitan

¹⁰² Wawancara dengan Ibu Anik (Salah satu Konsumen Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung), Jumat, 27 April 2018, Pukul 16.00 WIB.

pembuatannya. Dan untuk penjualannya, ada yang dijual terpisah dan ada pula yang satu set. Hal ini dituturkan oleh Pak Arif sebagai berikut:

“Untuk pembelian gamis Adzkie Hijab Syar’i ada yang boleh beli terpisah, gamis saja atau khimar saja. Tapi ada juga yang harus membelinya harus satu set. Kalau gamis saja harganya mulai Rp 235.000-Rp 315.000, terus kalau untuk khimarnya dipatok mulai harga Rp 110.000-Rp 150.000.”¹⁰³

6. Promosi Produk Adzkie Hijab Syar’i

Adzkie Hijab Syar’i merupakan pusat pakaian wanita muslimah yang memproduksi jenis pakaian gamis syar’i. Sesuai dengan produk yang dihasilkan tersebut, maka jelas untuk sasaran promosi lebih banyak ditujukan kepada kaum perempuan. Hal ini dijelaskan oleh Pak Arif, sebagai berikut:

“Disini hanya memproduksi gamis dan jilbab, jadi untuk sasaran promosi tentu ditujukan kepada kaum remaja sampai dewasa perempuan.”¹⁰⁴

Adzkie Hijab Syar’i merupakan toko online (*online shop*), jadi untuk promosi produk yaitu menggunakan media online atau media sosial seperti di Facebook ataupun aplikasi-aplikasi lain yang berkaitan dengan penjualan produk Adzkie Hijab Syar’i. Di toko ini, juga sudah memiliki tim promosi maupun tim penjualan tersendiri yang biasa disebut marketer. Hal ini dituturkan oleh Pak Arif sebagai berikut:

¹⁰³ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung), Selasa, 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

¹⁰⁴ Ibid.

“Kalau disini baik promosi atau penjualannya pakai online semua. Yang promosi itu bukan karyawan yang di toko, tp Adzkia memiliki bagian promosi penjualan sendiri yang disebut marketer. Mereka mempromosikan produk Adzkia melalui ponsel atau komputer yang mereka miliki dan semua pakai sistem online, jadi kerja mereka tidak di toko. Kalau masalah penghasilan, misalnya kalau mereka dapat menjual satu set gamis nanti akan dapat komisi sebesar 30% dari nominal pembelian konsumen dan ditransfer ke rekening mereka (marketer). Itu dilakukan setiap tanggal 5. Terserah marketernya mau promosi pakai aplikasi shoppee, mau pakai facebook, atau Instagram itu udah dipikir marketer masing-masing. Tapi aplikasi yang paling banyak digunakan itu Facebook sama Instagram. Biasanya yang tangan pertama itukan marketing, lah mereka itu juga sudah punya reseller masing-masing.”¹⁰⁵

7. Distribusi Produk Adzkia Hijab Syar’i

Setelah diproduksi, produk gamis Adzkia Hijab Syar’i akan didistribusikan kepada pembeli akhir maupun kepada marketer yang sudah melakukan pemesanan produk melalui online. Tetapi khusus untuk marketer, pendistribusian dilakukan dengan sistem *dropship* (pengiriman produk dilakukan dari pusat Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung dan langsung ke alamat pembeli akhir). Tidak hanya melayani sistem online, calon pembeli yang berniat membeli produk gamis Adzkia Hijab Syar’i juga dapat membeli langsung ke toko Adzkia Hijab Syar’i di Kelurahan Jepun, Tulungagung. Untuk pengiriman produk gamis syar’i, Adzkia Hijab Syar’i telah bekerja sama dengan berbagai jasa pengiriman di Tulungagung seperti JNE dan POS, dan untuk pembayaran produk melalui bank-bank yang sudah ditentukan Adzkia. Pernyataan ini juga dipaparkan oleh Pak Arif sebagai berikut:

¹⁰⁵ Ibid.

“Kalau pengiriman produk itu sudah kerjasama dengan semua ekspedisi, terus kalau untuk marketerpakai sistem *dropship*, yaitu nanti produk ngirimnya langsung dari pusat toko Adzkia. Kalau masalah membayar produk itu langsung ke rekening pusat Adzkia Hijab. Pengiriman gamis Adzkia untuk saat ini sudah sampai ke Timur Tengah, Dubai, Mesir, tapi yang paling banyak ke Malaysia, Singapore, Hongkong, sama Thailand. Dan ongkos untuk kirim produk itu ditanggung oleh pembeli.”¹⁰⁶

8. *Job Description*

Untuk praktisnya, penyusunan staff sebuah organisasi diawali dengan penyusunan tugas-tugas yang dibuat dalam bentuk uraian.¹⁰⁷

Berikut uraian-uraian tugas staff pada Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung:

- 1) Pimpinan atau Pemilik Usaha
 - Mengatur dan membuat strategi kerja toko Adzkia Hijab Syar’i
- 2) Manajer
 - Mengelola toko
 - Meninjau kembali strategi kerja yang dibuat pimpinan
 - Mengawasi karyawan
- 3) Admin
 - Mengecek orderan
 - Mengecek stok produk
 - Input resi pengiriman
 - Mengolah data masuk
 - Pengecekan pengiriman produk ke marketer dan pembeli

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hal.113.

- Membuat alamat web
- 4) Penjahit
 - Memproduksi atau menjahit produk Adzkie Hijab
- 5) Packing
 - Menata produk
 - Membungkus produk yang akan dikirim ke marketer dan pembeli
- 6) Marketer
 - Mempromosikan dan memperjualkan produk-produk dari Adzkie Hijab Syar'i

B. Paparan Data

Promosi merupakan salah satu elemen bauran pemasaran dari sebuah perusahaan, yang mana hal ini adalah suatu usaha untuk mempengaruhi pihak lain dalam perubahan dan pemikiran. Promosi adalah salah satu alat komunikasi penting antara penjual dengan pembeli yang sangat diperlukan dalam kegiatan usaha (bisnis). Seperti yang dijelaskan oleh Pimpinan Adzkie Hijab Syar'i, Pak Arif, sebagai berikut:

“Menurut saya, promosi itu termasuk kegiatan yang penting dalam penjualan. Karena promosi bertujuan untuk memberitahukan kepada konsumen atau calon konsumen tentang produk yang kita jual, dengan konsumen tahu produk yang kita jual, maka mereka bisa memahami apa yang kita jual. Dengan berpromosi, tentu konsumen akan paham dengan produk yang kita jual sehingga dengan berpromosi dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk kita.”¹⁰⁸

¹⁰⁸ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung), Selasa, 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

Dengan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan sebuah kegiatan penting suatu perusahaan untuk memperkenalkan, memberitahukan, mengubah pemikiran orang lain supaya tertarik dan pada akhirnya mereka melakukan pembelian terhadap produk yang kita hasilkan.

Pada waktu dahulu, banyak dari pengusaha yang berjualan dengan sistem penjualan dan promosi secara offline, akan tetapi dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih saat ini, para pengusaha lebih banyak memilih melakukan promosi menggunakan media online. Seperti yang dijelaskan oleh Pak Arif sebagai berikut:

“Untuk saat ini saya lebih memilih melakukan promosi dengan media online, ini karena saya berusaha mengikuti perkembangan zaman. Zaman sekarang kita tahu kalau masyarakat mulai dari anak kecil hingga dewasa sudah mengenal yang namanya internet, otomatis dengan saya melakukan bisnis dan promosi hanya melalui online pun, itu sudah pasti akan ada yang kenal produk saya. Kalau promosi pakai internet itu jaringannya lebih luas menjangkau. Pokoknya kita dalam berpromosi itu usahakan beda dengan yang lain, supaya dilihatnya menarik. Tapi disini kalau marketer saya ada juga yang tidak hanya menggunakan online, mereka juga terkadang menerapkan sistem offline. Misalnya, dengan informasi dari mulut ke mulut dengan orang yang sedang ditemui.”¹⁰⁹

Saat seorang pengusaha memutuskan untuk memilih dan menetapkan kegiatan promosi menggunakan media online, tentu mereka sudah memikirkan keputusan tersebut dengan tepat. Mereka sudah mengetahui faktor-faktor yang juga dapat mendukung mereka dalam melakukan promosi melalui media online tersebut. Seperti penjelasan Pak Arif, berikut ini:

¹⁰⁹ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung), Selasa, 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

“Kalau faktor pendukung dilakukannya promosi dengan online di Adzkie Hijab Syar’i, antara lain para marketernya itu sudah tertarget, seperti mereka itu sudah mengikuti berbagai pelatihan di luar, jadi mereka sebagian besar sudah menguasai berbagai ilmu dalam penjualan, termasuk promosi dan menarik minat calon konsumen. Terus foto-foto yang digunakan yang diupload di media online itu semua foto asli produk-produk kita. Jadi kita buat semenarik mungkin. Kita memiliki beberapa orang tetap untuk dijadikan model dari produk Adzkie lalu kita pasang foto-foto asli yang bagus, terus kita upload foto tersebut dengan tulisan-tulisan yang bersifat membangun dan menarik (*copywriting*).”¹¹⁰

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa sesuai perkembangan zaman saat ini, Adzkie Hijab Syar’i juga menerapkan kegiatan promosi dengan cara online. Di dalam semua jenis promosi, baik menggunakan media online atau media offline, meskipun ada banyak faktor yang mendukung diterapkannya promosi dengan media online, tentu akan ditemui berbagai hambatan-hambatan yang mungkin terjadi saat melakukan kegiatan promosi. Seperti di Adzkie Hijab Syar’i, berikut penjelasan dari Mbak Linda, salah satu marketer Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung:

“Kalau penghambat promosi dengan online ini sebenarnya juga masih ada, seperti contoh, kita tidak dapat menjangkau secara langsung calon konsumen kita karena promosi dengan media online tentu tidak dapat dilakukan dengan tatap muka, sehingga dalam mengedukasi konsumen itu belum tentu mereka dapat langsung menerima penjelasan dari kita, jadi beda calon konsumen beda pula cara mengedukasinya mulai dari bahasa dan perlakukannya. Setelah itu, *copywriting* yang jelek bisa menyebabkan konsumen kurang menarik melihat promosi kita di media online sehingga mereka tidak memiliki niatan untuk membeli produk kita. Lalu biasanya jaringan internet yang tidak mendukung dan kurang memadai juga dapat menyebabkan terhambatnya promosi dengan online tersebut.”¹¹¹

¹¹⁰ Ibid.

¹¹¹ Wawancara dengan Mbak Linda (Salah satu Marketer Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung), Kamis, 26 April 2018, Pukul 11.00 WIB.

Dalam kegiatan berpromosi, tentu akan ada calon konsumen yang terkadang tidak langsung memahami penjelasan dari seorang penjual. Apalagi di Adzki Hijab Syar'i, yang mana di toko tersebut lebih memilih promosi menggunakan media online yang tentunya antara penjual (marketer) dan calon konsumen tidak langsung bisa bertatap muka, sehingga diperlukan sebuah kemampuan lebih untuk meyakinkan calon konsumen agar mereka selalu puas dengan promosi kita dan tentunya akan membeli produk kita. Berikut pernyataan dari Mbak Linda:

“Dalam kegiatan promosi hal yang paling berkesan itu pada saat saya berhubungan dengan konsumen. Biasanya kita sebagai marketer berusaha meyakinkan calon konsumen dengan cara kita kasih testimoni dari konsumen-konsumen sebelumnya, misalnya barangnya sudah sampai, lalu kita suruh untuk memfotokan barangnya. Terus kita buat testimoni kepada pelanggan selanjutnya. Nah itu merupakan poin penting untuk membuat konsumen lebih percaya akan produk kita.”¹¹²

Dengan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem promosi yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau para marketer tentunya memiliki perbedaan dan khas masing-masing. Dan setiap calon konsumen selalu menginginkan adanya perbedaan dari cara berpromosi yang dapat memikat hati mereka untuk membeli produk yang ditawarkan yaitu dengan menciptakan suatu promosi yang unik, dan tentunya dapat menarik calon konsumen. Bukan hanya itu, calon konsumen tentu juga lebih menyukai suatu produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

¹¹² Ibid.

Tentunya kita semua tahu bahwa penjualan suatu produk ataupun jasa tidak selalu ramai di pasaran. Seperti di Adzkia Hijab Syar'i, ada kalanya setiap bulan penjualan produk gamis mengalami peningkatan maupun penurunan penjualan produk. Berikut penjelasan Pak Arif selaku pimpinan toko:

“Kalau penjualannya, kalau dihitung total penjualan itu selalu naik tiap tahun, tapi kalau dihitung tiap bulan itu ya kadang naik kadang turun, tapi naik turunnya itu juga terbilang stabil, maksudnya selisihnya juga tidak terlalu banyak. Biasanya waktu akhir tahun penjualan naik, terus lagi waktu mau puasa kan kadang kita open order lagi, terus setiap ada gamis model baru, itu biasanya naik penjualannya.”¹¹³

Tabel 4.2
Data penjualan Produk Gamis Syar'i Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung
Tahun 2013-2016

Bulan	Penjualan Gamis/set Tahun 2013	Penjualan Gamis/set Tahun 2014	Penjualan Gamis/set Tahun 2015	Penjualan Gamis/set Tahun 2016
Januari	-	476	472	953
Februari	-	436	387	873
Maret	-	360	282	711
April	-	281	411	793
Mei	-	564	321	1.129
Juni	-	466	605	932
Juli	-	456	600	913

¹¹³ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung), Selasa, 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

Agustus	153	301	576	780
September	231	344	855	689
Oktober	288	154	690	691
November	345	230	810	460
Desember	405	388	873	657
Total Penjualan	1.422	4.456	6.882	9.581

Sumber: Data Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Dari data penjualan di atas dapat dilihat bahwa penjualan Gamis Syar'i Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung setiap bulan mengalami naik turun dengan selisih yang tidak terlalu banyak. Dapat dilihat bahwa total penjualan produk gamis pada tahun 2013 dimulai pada penjualan bulan Agustus sampai bulan Desember 2013 sejumlah 1.422 set gamis dengan penjualan terendah pada bulan Agustus yaitu 153 set gamis dan tertinggi pada bulan Desember yaitu 405 set gamis. Pada akhir tahun 2014 total penjualan mengalami kenaikan menjadi 4.456 set gamis dengan penjualan terendah pada bulan Oktober yaitu 154 set gamis dan penjualan tertinggi pada bulan Mei yaitu 564 set gamis. Tahun 2015 dengan total penjualan gamis sejumlah 6.882 set gamis dengan penjualan terendah pada bulan Maret yaitu 282 set gamis dan penjualan tertinggi pada bulan Desember yaitu 873 set gamis. Dan pada tahun 2016 dengan total penjualan gamis sejumlah 9.581 set gamis dengan penjualan terendah pada bulan November yaitu 460 set gamis dan penjualan tertinggi sebanyak 1.129 pada bulan Mei . Dan dari data di atas, dapat disimpulkan

bahwa penjualan Gamis Syar'i Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung tiap tahun mengalami kenaikan.

Dalam melakukan promosi, pimpinan Adzkia Hijab sudah memiliki strategi-strategi promosi yang sudah dijalankan. Adapun penjelasan lengkap dari Pak Arif, sebagai berikut:

“kita kan disini penjualan produk pakai sistem online, jadi untuk promosi itu saya memilih untuk mengiklankan di media sosial seperti di Facebook, di Instagram, atau di web Adzkia Hijab Syar'i, kita upload-upload foto yang menarik di media sosial Adzkia, terus dikasih caption atau kata-kata yang bersifat membangun kayak gitu ada juga. Terus di Adzkia itu sebenarnya jarang diadakan promo, tapi ada paket penjualan untuk semua jenis gamis, untuk gamis lama sudah pasti ada yang di sale, terus ada paket penjualan beli sejuta dapat 3 (tiga) set produk gamis, terus ada yang beli set gamis yang nominal harganya minimal Rp 400.000 kalau beli 3 (tiga) set itu dapat diskon 10%, lalu ada garansi penjualan bisa *retur* dan *refund* produk kalau misalnya produk gamis yang diterima itu cacat atau sobek, soalnya kasihan kalau tidak begitu karena gamisnya kan terbilang mahal. Disini juga ada web resmi milik Adzkia, itu nanti mereka bisa melihat lengkap produk dagangan kita dan bisa tanya-tanya bagi yang mau beli. Dan kita biasanya juga melakukan promosi langsung kepada masyarakat atau calon konsumen ya, kita mengirim gambar-gambar produk kita kepada mereka lewat inbox Facebook supaya mereka langsung mau memberi tanggapan, sukur-sukur langsung mau pesen, ada juga kita buat database di WhatsApp dengan konsumen yang sudah loyal. Sebenarnya di Adzkia juga melakukan promosi dengan offline yaitu dengan informasi dari mulut ke mulut, misalnya saat kita bertatap muka dengan seseorang, kita menceritakan kelebihan produk kita supaya calon konsumen itu tertarik akan produk kita. Tapi itu dilakukan terkadang, intinya kalau di Adzkia Hijab lebih memfokuskan kepada promosi online saja. Kurang lebih seperti itu..”¹¹⁴

Dengan penjelasan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa di Adzkia Hijab Syar'i menggunakan bentuk-bentuk strategi promosi melalui media

¹¹⁴ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan/pemilik Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung), Selasa 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

online yaitu dengan menggunakan periklanan (*advertising*), promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Semua jenis kegiatan, baik itu kegiatan promosi tentu akan menimbulkan berbagai macam dampak-dampak yang terjadi. Seperti contoh di Adzkia Hijab Syar'i, kegiatan promosi menggunakan media online tentu juga akan menimbulkan berbagai dampak-dampak yang menguntungkan bahkan juga dapat menimbulkan dampak-dampak negatif bagi Adzkia itu sendiri. Adapun dampak-dampak positif dilakukannya promosi dengan media online di Adzkia Hijab, menurut Pak Arif:

“Dampak positif promosi dengan media online kalau menurut saya, kita sebagai penjual dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen atau masyarakat di luar sana, mengingat untuk saat ini pengguna internet semakin banyak. Jadi kita tidak harus bertemu lebih dulu untuk mempromosikan produk kita. Kegiatan promosi dengan media online akan lebih menghemat biaya karena minim modal yang digunakan dan juga dapat lebih menghemat waktu.”¹¹⁵

Selain dampak-dampak positif yang muncul, kegiatan promosi dengan media online juga menimbulkan dampak-dampak yang dapat merugikan Adzkia Hijab Syar'i. Hal ini juga dipaparkan oleh Pak Arif, sebagai berikut:

“Kalau dampak negatif ya tentu ada. Seperti contoh, calon konsumen yang masih asing dengan penjualan online, mereka masih sulit percaya dengan penjelasan akan produk kita meskipun sudah dijelaskan oleh marketer berulang kali. Terus kadang kita tertipu, ada pembeli yang sudah pesan barang dan diproduksi, mereka tidak mau transfer uang. Terus kita kan promosi melalui media online dan otomatis orang dapat dengan mudah melihat promosi akan produk kita, jadi biasanya foto-foto produk kita itu banyak yang sudah ditiru/dicuri oleh produsen gamis yang lain, jadi mereka memproduksi barang atau

¹¹⁵ Ibid.

gamis yang sama dengan foto-foto asli pada produk Adzkia Hijab Syar'i. Kurang lebih seperti itu..”¹¹⁶

Dalam penjualan produk gamis syar'i Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung, dapat dilihat bahwa peminat produk Adzkia Hijab sebagian besar adalah muslimah-muslimah atau perempuan yang terbiasa berpakaian syar'i. oleh sebab itu, dalam penjualannya pun kegiatan promosi di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung juga menerapkan sistem promosi berlandaskan ketentuan syariah. Sebagaimana penuturan Pak Arif, sebagai berikut:

“untuk promosi disini inshaAllah tidak keluar dari aturan Islam, yang mana penerapan promosi oleh marketer-marketer selalu didasari kejujuran, dan sifat keterbukaan. Misal pada iklan yang dipasang di media online itu kita selalu menggunakan foto-foto asli produk Adzkia Hijab, terus apabila ada *sale/discount* apabila ada produk yang cacat, pihak Adzkia Hijab selalu jujur memberi info tentang bagaimana produk tersebut dan mengapa di *sale* karena kalau sampai mengecewakan konsumen juga kasihan. Intinya kita selalu berusaha jujur dan terbuka akan produk yang kita produksi.”¹¹⁷

C. Analisis Data

1. Strategi Promosi melalui Media Online

Adzkia Hijab Syar'i memilih strategi promosi menggunakan media online. Adapun bentuk-bentuk strategi promosi yang dilakukan adalah:

¹¹⁶ Ibid.

¹¹⁷ Wawancara dengan Pak Arif (Pimpinan/pemilik Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung), Selasa 24 Januari 2018, Pukul 10.00 WIB.

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yang dipilih oleh Adzkie Hijab Syar'i adalah periklanan dengan media online dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Jenis-jenis media sosial yang sudah digunakan sampai saat ini untuk mempromosikan produknya adalah akun konten Facebook dan Instagram. Untuk membuat iklan produk semakin menarik, Adzkie Hijab Syar'i menambahkan *copywriting* yang bagus dan bersifat membangun. Periklanan melalui media sosial ini dipilih karena lebih hemat biaya, lebih praktis dan lebih mudah. Dan untuk saat ini, Adzkie Hijab Syar'i belum ada rencana untuk melakukan periklanan secara offline.

b. Promosi Penjualan

Untuk lebih menarik perhatian masyarakat akan produk Adzkie Hijab Syar'i, mereka kerap kali memberikan berbagai promo-promo penjualan. Antara lain seperti promo potongan harga (*discount*), pembelian paket murah sejuta dapat 3 (tiga) set gamis, pembelian paket hemat belanja minim Rp 400.000 dengan 3 (tiga) set gamis dapat diskon 10%. Di Adzkie Hijab Syar'i menerima *retur* dan *refund* produk apabila produk mengalami cacat, hal ini bertujuan untuk meyakinkan konsumen dan mengurangi keraguan dari konsumen akan kualitas produk milik Adzkie Hijab Syar'i.

c. Publisitas

Untuk mempermudah konsumen dan pelanggan menjangkau semua produk dagangannya, Adzkia Hijab Syar'i memberikan kemudahan bagi calon konsumennya yakni menciptakan situs web resmi dari Adzkia Hijab Syar'i yang dapat diakses oleh seluruh pengguna internet di Indonesia maupun di luar negeri. Situs web resmi milik Adzkia Hijab Syar'i dapat diakses dengan alamat www.adzkiahijabofficial.com.

d. Pemasaran Langsung

Salah satu promosi yang juga dilakukan oleh Adzkia Hijab Syar'i adalah dengan pemasaran langsung. Bentuk promosi yakni dengan jenis pemasaran langsung ini tidak harus dilakukan dengan sistem tatap muka dan promosi ini bersifat non publik dimana pihak Adzkia Hijab Syar'i mengirim beberapa pesan berisi gambar-gambar produk penjualan supaya langsung mendapatkan tanggapan dari calon konsumen tersebut. Pengiriman pesan tersebut dilakukan melalui pesan pribadi di Facebook maupun di Instagram.

Di dalam bentuk-bentuk strategi promosi menggunakan media online oleh Adzkia Hijab Syar'i, selain adanya faktor-faktor pendukung juga terdapat kendala-kendala dalam pelaksanaan kegiatan promosi tersebut. Faktor-faktor pendukung promosi produk Adzkia Hijab Syar'i dengan sistem online adalah:

- a. Marketer sudah banyak yang terlatih sehingga lebih berpengalaman dalam menghadapi konsumen.
- b. Foto asli produk. Foto produk Adzkia Hijab yang diupload di media online merupakan foto-foto asli produk Adzkia Hijab Syar'i.
- c. Adanya *copywriting* yang menarik. Pemberian gambar-gambar dan kata-kata motivasi yang menarik dapat menciptakan kesan positif tersendiri bagi konsumen.

Sedangkan faktor-faktor penghambatnya, yaitu:

- a. Pelayanan konsumen kurang. Marketer kurang dapat mengedukasi konsumen akan produk Adzkia Hijab dikarenakan penjualan tidak dilakukan dengan tatap muka(*offline*).
- b. *Copywriting* yang monoton. Calon konsumen akan merasa bosan apabila *copywriting* produk tidak pernah *up to date*.

2. Dampak-Dampak Promosi melalui Media Online

Semua jenis promosi baik dengan menggunakan media online atau offline akan memunculkan dampak-dampak tersendiri, baik dampak positif sampai dampak negatifnya. Berikut dampak positif promosi melalui media online oleh Adzkia Hijab Syar'i:

- a. Dapat menjangkau calon konsumen lebih banyak. Hal ini dipicu karena semakin banyaknya pengguna media online dan media sosial.

- b. Hemat biaya (minim modal). Lebih hemat dibanding promosi menggunakan offline seperti spanduk dan banner-banner.
- c. Hemat waktu. Dapat dilakukan kapan saja.

Sedangkan dampak-dampak negatif promosi melalui media online pada Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung, yaitu:

- a. Kurang mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen akan kualitas produk yang dihasilkan.
- b. Mengalami penipuan. Calon konsumen melakukan pemesanan dan tiba-tiba membatalkan pesanan tanpa pembayaran.
- c. Adanya plagiator dan pencurian. Banyak kemungkinan produsen usaha produk yang sejenis meniru produk Adzkia Hijab Syar'i dan mengambil foto-foto produk Adzkia Hijab Syar'i asli yang sudah di upload di media-media online.

3. Strategi Promosi melalui Media Online ditinjau dari Ekonomi Syariah

Di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung, penerapan strategi promosi juga berlandaskan prinsip syariah. Penerapan promosi dilakukan secara jujur, terbuka, dan apa adanya sesuai *riil* produk/kenyataan yang ada. Segala informasi yang terkait produk Adzkia Hijab selalu diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada unsur penipuan produk.

a. *Advertising* / Periklanan

Pemasangan iklan di media online dilakukan dengan menyertakan foto foto asli produk Adzkia Hijab. Sehingga calon konsumen bisa lebih jeli untuk melihat koleksi produk melalui gambar yang nyata sesuai produk aslinya.

b. *Sales Promotion* / promosi penjualan

Dilakukan dengan mempromosikan produk kepada calon konsumen dengan menceritakan kelebihan dan kekurangan produk Adzkia Hijab sehingga tidak bersifat rahasia. Pada saat diadakan *sale/discount*, calon konsumen wajib tahu bagaimana kekurangan dan kelebihan produk tersebut dan mengapa produk tersebut di *sale*. Oleh sebab itu, pihak Adzkia Hijab selalu menceritakan sesuai kenyataan yang ada tentang produknya.