

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nurul Store

Nurul Store merupakan salah satu brand *fashion* muslim yang memproduksi gamis syar'i dewasa, gamis anak, tunik dan jilbab yang ada di pasar Wedung Demak dengan menggunakan branding Islam dalam pengembangan strategi pemasaran syariahnya. Nama toko Nurul Store diambil dari nama *Owner* Nurul, Nurul berasal dari bahasa arab Nuur yang memiliki arti cahaya dan bercahaya bisa juga diartikan cerah dan bersinar. Dalam kitab suci Al - Quran sebagai kitab suci orang Islam, Nur disebutkan sebanyak 43 kali ada juga salah satu alquran yang diberi nama An - Nur. Surat An – Nur ayat 35 mengandung ayat ayat yang merupakan cahaya sebagai petunjuk dari Allah kepada hamba-nya agar selamat dalam menjalani kehidupan.

Nurul store berdiri pada tahun 2013, Nurul Store berada di Pasar Wedung Jl. Setinggil Wedung, Wedung Demak. Pada tahun 2013 produk yang dijual ibu Nurul hanya berfokus pada *fashion* yaitu busana muslim dan jilbab, seiringnya berjalan waktu dari tahun ketahun semakin banyak yang mulai mengenal toko Nurul store. selain karena produksi, awal mula berdirinya Nurul hijab juga masih di dominasi oleh media sosial dan mencari konsumen dengan cara menawarkan kesana kemari. Sehingga semakin banyak pula konsumen yang tertarik dan membeli baju muslim ataupun jilbab dari Nurul Store.

Dengan adanya bisnis yang sudah ada saat ini, mbak Nurul selaku owner berharap usaha yang beliau jalankan akan semakin berkembang dan bermanfaat untuk masyarakat untuk memudahkan dalam urusan pembelian baju muslim. Dengan perkembangan zaman yang semakin maju saat ini, dibutuhkan strategi dengan menjaga kualitas barang, menjaga kepercayaan konsumen, dan mengembangkan strategi pemasaran online. Visi dan Misi Nurul Store.

1. Visi Nurul Store

Menjadi toko pakaian muslimah yang berkualitas, trendi serta pilihan utama pelanggan.

2. Misi Nurul Store

Menjual produk yang berkualitas dan trendi dengan mengutamakan pelayanan yang optimal dan jujur. Selain itu,

Pesona Hijab menjalankan usaha secara sportif dan bertanggung jawab.

Adapun produk – produk yang disediakan di toko Nurul Store adalah sebagai berikut :

1. Hijab
Nurul Store memiliki berbagai jenis hijab diantaranya pashmina pliskit full, pashmina softped, maryam pliskit, jersey sport, jersey daily, khimar ceruty, khimar ishraq, segiempat bella, segiempat pliskit, dan segiempat Sauda.
2. Gamis
Berbagai model dan jenis gamis yang dijual di Nurul Store seperti *Alya dress*, *moana dress*, *yasmine dress*, *shafira series*, *jihan dress*, *mazaya syari*, *hafsa series*, *stella dress*, *gharnia dress*, dan *Irish dress*

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Penerapan *Islamic Branding* dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Nurul Store

Untuk mengetahui gambaran penerapan *Islamic branding* pada Nurul store, maka peneliti mengumpulkan wawancara terhadap *owner* dan karyawan Nurul store. Selain itu juga, peneliti melakukan observasi dan dokumentasi mengenai *branding* Islami pada Nurul store melalui *survey* langsung ke *offline store* Nurul, media sosialnya serta pada produknya. Berdasarkan kegiatan pengumpulan data tersebut, maka penelitian mendapatkan hasil sebagai berikut. Mengenai aktivitas *branding* Islami atau *Islamic branding* yang merupakan pengembangan dari strategi pemasaran syariah, pada Nurul store memakai merek Islami sebagai nama *brand* untuk produk gamis yang dijual. Hal tersebut memiliki makna tersendiri.

Dari makna *branding* Islami Nurul Store, pemilik toko Nurul Store memiliki harapan bahwa bisnis yang dijalaninya menjadi berkah bukan hanya untuk pelaku bisnis sendiri, melainkan berkah juga untuk konsumen yang membeli produknya. Kemudian tidak hanya sebuah nama merek dengan penggunaan istilah Islami, akan tetapi tersebut

memiliki *value* keislaman tersendiri, sebagaimana yang telah disampaikan oleh mbak Nurul.¹

“Dari karakter busana gamis di Nurul Store sesuai syar’i, sehingga tidak membentuk lekuk badan, kemudian dengan menjalankan bisnis sesuai dengan syariat Islam, karena berbisnis atau bekerja diniatkan ibadah untuk mencari keberkahan dari Allah.”

Selain penggunaan nama *brand* yang islami, Nurul Store juga memperhatikan praktik berbisnis yang Islami, yakni dengan menghindari dari apa yang dilarang oleh Allah SWT dan menjalankan apa yang diajarkan Allah semata – mata mencari berkah dari Allah. Pada hijab Nurul Store, menerapkan strategi pemasaran *offline store* dan *online store* dengan system penjualan retailer langsung ke konsumen. Tidak hanya itu di toko tersebut juga menerapkan strategi pemasaran syariah yang sangat memperhatikan secara detail etika berbisnis Islami yang baik.²

Strategi pemasaran syariah di Nurul Store sangat detail, seperti jujur dalam mereview produk mendeskripsikan detail bahan, ukuran, dan model pada postingan produk sesuai dengan kenyataan aslinya, membagikan keaslian produk realpict pada postingan, dan tidak lupa selalu mengecek *Quality Control* pada produk sebelum di tangan konsumen. Kemudian transparan dengan maksud misal terdapat orderan yang sudah transfer tapi ternyata stoknya habis mau di refund apa ganti dengan model yang lain, dan apabila model yang diganti ternyata harganya berbeda, maka masih ada kembalian, lalu uangnya akan di transfer kembali ke konsumen.

Merek Islami yang di dukung dengan pemasaran syariah memberikan peran dalam strategi pemasaran, yakni lebih memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk yang akan dibeli. Selain itu peran merek Islami atau *Islamic branding* tidak hanya memudahkan dalam mengidentifikasi produk, akan tetapi juga menjalankan bisnis yang berprinsip Islami. Keefektifan penggunaan *Islamic*

¹ Nurul, *Wawancara*, Oleh Penulis (Demak, 6 September, 2023), wawancara 1 transkrip.

² Nurul. *Wawancara*, Oleh Penulis (Demak, 6 September, 2023), wawancara 1 transkrip.

branding, mampu membantu pemasar dalam memasarkan produknya dengan sasaran konsumen muslim.

Penggunaan *branding* Islami akan mempengaruhi *first impression* atau kesan pertama dari konsumen, dengan didukung oleh tindakan atau praktik dalam berbisnis yang berkomitmen memperhatikan kualitas untuk menjaga kepercayaan konsumen. Hal tersebut disampaikan oleh mbak Nurul.

“Mungkin lebih ke *identitas brand* aja, pengaruh ke konsumen biasanya ya emang sebatas *brand* atau *first impression* dari konsumen aja sekedar nama, balik lagi ke kita nya yang tetap memperhatikan kinerja komitmen kami, kemudia kepercayaan konsumen ya tetap dari cara kita dalam berinteraksi secara langsung.”

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunus bahwa pengukuran variabel *Islamic branding* salah satunya yaitu pentingnya merek suatu identitas yang memberikan janji dari manfaat suatu barang atau jasa. Berdasarkan pernyataan dari Mbak Nurul bahwa *brand* memiliki pengaruh terhadap konsumen sebagai *first impression* dari konsumen. Hal ini juga didukung oleh hasil observasi pada *offline* dan *online store* mengenai gambaran penerapan *Islamic branding* telah sesuai dengan praktik bisnisnya, yakni tidak hanya sekedar nama *brand* saja yang islami, tetapi dalam menjalankan bisnisnya tetap mematuhi kepatuhan, sesuai syariat dan etika berbisnis dalam Islam. Mulai dari aktivitas sehari-hari owner dengan karyawannya hingga ke sistem pemasaran syariahnya. Hal tersebut sesuai dengan dokumentasi pada sosial media *Nurul Store* selain memposting produknya *Nurul Store* juga memposting pengingat tentang nasihat untuk umat Islam. Sehingga sangat mendukung dalam penerapan *Islamic branding* nya.

2. Hambatan *Islamic Branding* Dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di *Nurul Store*

Kualitas produk merupakan karakter yang dimiliki produk atau jasa yang bersandar pada kinerjanya dalam memenuhi kebutuhan konsumen Kualitas produk berhubungan dengan usaha peningkatan produk sesuai dengan pasar serta

konsumen. Dalam mengembangkan suatu bisnis produk ataupun jasa yang ditawarkan perlu mempunyai mutu yang baik serta memberikan harga yang tepat dijelaskan oleh mbak Nurul. Hal ini dikarenakan supaya produk atau jasa bisa memenuhi keinginan konsumen secara tepat. Dengan demikian kualitas produk menjadi faktor yang dapat menentukan nilai dalam memenuhi kebutuhan konsumen setelah memutuskan untuk membeli serta menggunakan produk.

Sebuah perusahaan selalu menyediakan produk – produk yang berkualitas. Begitu pula produk yang disediakan pada *Nurul Store* memiliki produk yang berkualitas agar mampu bersaing dengan kompetitor dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

”Kualitas produk yang ada disini memiliki kualitas yang bagus, dengan bahan-bahan yang berkualitas sehingga nyaman dipakai. Kualitas yang ada disini mampu memberikan kualitas bahan yang bagus, desain yang menarik, dan elegan ketika dipakai.” Di sampaikan mbak roi

Nurul Store tidak memproduksi sendiri, tetapi hanya distributor. Ketatnya tingkat persaingan di Indonesia membuat pelaku usaha berlomba-lomba dalam menaikkan pangsa pasar, mempertahankan konsumen lama serta menarik konsumen baru. Pelaku usaha perlu dapat memastikan strategi pemasaran yang cocok supaya perkembangan usahanya tetap berjalan serta menang dalam persaingan. Hal ini dikarenakan bertambahnya pesaing sehingga bertambah juga pilihan yang ditawarkan kepada pelanggan agar bisa memilih barang yang cocok seperti yang diharapkan. Dengan demikian, dampak akibat perubahan yang terjadi menjadikan pelanggan semakin teliti dalam memilih produk yang ditawarkan.³

Seperti Turunnya daya beli masyarakat yang mengakibatkan penurunan pendapatan akibat kebutuhan primer yang meningkat sehingga masyarakat banyak yang memilih untuk menyimpan uangnya untuk kebutuhan pokok. Hal ini mengakibatkan dampak sangat banyak terhadap minat jual-beli masyarakat, tak dapat dipungkiri hal ini berimbas

³ Roi, *Wawancara*, oleh penulis (Demak, 13 september, 2023), wawancara 2 transkrip.

pada jumlah barang yang terjual, maupun keuntungan yang didapatkan.

Penurunan penjualan tidak hanya dirasakan oleh penjual saja, namun juga dirasakan oleh reseller Nurul *Store*, apalagi bagi mereka yang notabene menjual dengan skala yang sedikit. Bahan baku dalam produksi merupakan hal krusial, Sulitnya UMKM mendapatkan bahan baku berdampak pada proses persediaan mengalami penurunan. Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku sangat dirasakan oleh *owner* Nurul *Store*. Harga bahan baku yang semakin melonjak mengakibatkan proses persediaan juga mengalami penurunan.

4

Selain beberapa kendala di atas, juga muncul kendala lainnya yakni kurang maksimalnya promosi di media sosial yang saat ini dilakukan oleh Nurul *Store*. Hal ini diperkuat oleh Mbak Roi yang *notabene* admin sekaligus karyawan Nurul *store*, sebagai berikut pemaparannya yakni kesulitan dalam menarik perhatian konsumen melalui media sosial sangat saya rasakan karena instagram yang saya pegang saat ini merupakan instagram baru milik Nurul *Store* sehingga perlu usaha untuk menarik konsumen tanpa mengeluarkan budget yang banyak dan tanpa iklan. ⁵Untuk facebook kami menggunakan halaman yang diikuti sekitar 100 orang, hal ini karena kurangnya promosi di halaman Nurul *Store* yang baru.

3. Solusi *Islamic Branding* dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Nurul *Store*

Solusi sangat dibutuhkan untuk kemajuan usahanya, setiap perusahaan membutuhkan solusi yang berbeda-beda dan tidak dapat disamaratakan. Solusi yang dibutuhkan Nurul *store* sesuai dengan kendala yang dihadapinya, gunanya untuk meningkatkan performa perusahaan. Penurunan penjualan akibat naiknya harga kebutuhan pokok memang tidak dapat dipungkiri dan hal tersebut dirasakan oleh Nurul *Store* baik pedagang maupun reseller. Menghadapi penurunan dari penjualannya, Nurul *store* melakukan berbagai strategi

⁴ Naela, *Wawancara*, oleh penulis (Demak, 6 September, 2023), wawancara 4 transkrip.

⁵ Roi, *Wawancara*. oleh penulis (Demak, 13 september, 2023), wawancara 2 transkrip.

untuk meningkatkan kembali penjualannya. Hal ini juga dipaparkan oleh Mbak Nurul, yakni

“Dari awal Nurul *Store* sudah bermain strategi jual beli online. Jadi lebih ke update gambar baik gambar stock dan gambar model kerudung yang sedang ready, kemudian di share di Whatsapp grup dan mengadakan sale produk sewaktu-waktu.”⁶

Mendapatkan strategi yang tepat diharapkan meningkatkan penjualan Nurul *store* dan reseller. Saat ini banyak reseller yang mengeluhkan terbatasnya jumlah produk yang dibuat, sehingga mereka merasakan kekecewaan. Respon dari Nurul *Store* menanggapi hal seperti yang dipaparkan oleh Mbak Nurul, Untuk stok saat ini Nurul *Store* terus perbaiki, Nurul *store* berupaya menyediakan stok yang sedikit lebih banyak dari biasanya biar semuanya dapat dan juga tidak kelebihan stoknya.

Bahan baku yang mahal menjadi salah satu faktor penyebab menjauhnya pelanggan terhadap Nurul *store*, diketahui saat ini banyak yang mencari barang yang murah dengan kualitas yang baik. Hal ini juga dipaparkan oleh Mbak Nurul, sampai berakibat pada pengembalian produk. Jadi, sekarang menaikkan sekitar 1-2 ribu per pcs dengan standar kualitas yang sama seperti diawal.

Menaikkan harga barang merupakan langkah yang diambil Nurul *store* demi mempertahankan kualitas produk dan mempertahankan reseller serta peminat produk Nurul *store*. Meningkatkan kualitas dari produksi sangatlah bermanfaat untuk menarik perhatian pembeli. Penyelesaian dan pengemasan merupakan hal yang sangat krusial, jika salah sedikit akan berakibat fatal.

Hal ini jelas membuktikan bahwa Nurul *store* terus memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumennya. Selain itu, produsen tidak menganggap produsen hijab lainnya dan tidak berupaya melakukan persaingan bisnis. *Owner* Nurul *store* berupaya meningkatkan kualitas dan memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini selaras dengan pendapat Mbak Nurul, bahwa pengemasan dan pengiriman dilakukan

⁶ Nurul, *Wawancara*, oleh Penulis (Demak,13 September, 2023), wawancara 1 transkrip.

dengan Whatsapps, jadi admin nantinya akan merekap pesanan yang sudah masuk kemudian mengambilkan barang dan akan di kemas kemudian dikirim sesuai pemesanan.⁷

Selain semua solusi yang diberikan untuk Nurul *store* yakni kendala akibat promosi yang kurang efektif oleh pihak Nurul *store*. Semakin hari semakin melakukan pengembangan dengan melakukan beberapa hal seperti yang disampaikan oleh mbak Roi,

“Bahwa untuk solusinya mungkin dengan bantuan promosi dari akun pribadi *owner* kemudian sering upload, sebar link, buat video tentang detail produk sehingga mampu menarik minat pemirsa.”⁸

Promosi sangat penting, apalagi setelah terjadinya kenaikan bahan pangan berlangsung, semua serba ingin murah, cepat dan tidak ribet. Jadi, promosi dimedia sosial sangatlah penting dan dapat menunjang penjualan produk. Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa solusi yang diambil Nurul *store* dengan adanya penurunan penjualan yakni dengan mencari strategi yang tepat dan mengadakan sale produk sewaktu- waktu. Keterbatasan produk disiasati dengan penambahan jumlah yang tidak banyak, dan tidak berakibat pada mendeaknya stok. Bahan-bahan yang naik dulu disiasati dengan mencari harga yang sama namun dengan kualitas yang berbeda namun seiring waktu kualitas produk disamakan dengan konsekuensi menaikkan produk 1-2 ribu per pcs. Persaingan yang semakin ketat diproduksi hijab membuat ulya hijab berupaya terus meningkatkan kualitas, dan membuat inovasi produk seperti modelnya. Promosi yang baik yakni dengan upload, sebar link, buat video/konten untuk mempromosikan produk nurul *store*.

⁷ Nurul. *Wawancara*, oleh Penulis (Demak,13 September, 2023), wawancara 1 transkrip.

⁸ Roi, *Wawancara*, oleh penulis (Demak, 13 september, 2023), wawancara 2 transkrip..

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Penerapan *Islamic Branding* Dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Nurul Store

Menurut Tjiptono, Merek/ *branding* bukan hanya sekedar desain pada sebuah logo usaha, akan tetapi merek mempunyai keterkaitan pada kemampuan suatu produk atau jasa dengan menciptakan produk yang berbeda dari pesaing. Merek/ *branding* harus memberikan kesan yang baik terhadap konsumennya⁹. Merek atau *brand* mempunyai peran penting pada sebuah produk maupun jasa, dimana merek memberikan nilai tambah bagi produk maupun jasa. Merek bukan hanya sekedar nama yang melekat pada sebuah produk tetapi identitas yang melekat pada produk dapat menjadi pembeda dari produk pesaing. Dengan adanya, identitas khusus yang terdapat pada produk Nurul Store sehingga mudah dikenali oleh pembeli dan dapat mempermudah saat melakukan pembelian kembali.¹⁰

Dalam Islam, merek merupakan sesuatu yang melekat pada diri seseorang dimana perilaku individu merujuk pada akidah Islam serta dalam memilih produk bukan karena keinginan manusiawi tetapi harus sesuai dengan ketentuan yang diperintahkan Allah Swt. Banyaknya fenomena merek Islam yang bermunculan menandakan bahwa terjadi pergeseran perilaku konsumen, dimana brand digunakan dalam manifestasi diri dengan menunjukkan identitas diri terhadap individu lainnya.

Menurut Rifaldi Dahlawy Chalil *Islamic branding* adalah salah satu brand Islami, dimana dalam aktivitas produksinya menerapkan prinsip – prinsip syariah yang mengedepankan kejujuran, tanggung jawab, rasa hormat dan prinsip syariah lainnya.¹¹ Dari makna *branding* Nurul Store sudah menggunakan *Islamic brand* dimana Nurul dalam islam berarti ‘*cahaya*’ dan memiliki makna serta filosofi tersendiri oleh pemilik bisnisnya.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, tujuan Nurul Store menerapkan *Islamic branding* adalah menghasilkan

⁹ Fandy Tjiptono “Strategi Pemasaran,” *Yogyakarta: Andi.*, 2015, 124–128.

¹¹ Rifyal Dahlawy Chalil, “Brand, Islamic Branding, & Re-Branding - Rajawali Pers - Rifyal Dahlawy Chalil - Google Books.”181

merek produk yang menerapkan nilai-nilai syariah sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. *Islamic branding* sangatlah penting karena bisa menjawab semua keraguan kita pada suatu produk dan memudahkan kita dalam memilih produk yang halal yang sesuai dengan syariah Islam, sehingga hal tersebut memberikan kita rasa aman dan nyaman pada saat menggunakannya. Pada *Nurul Store* bukan hanya memiliki produk-produk yang harus berlabel Islam, tetapi dalam pelaksanaan kegiatan jual belinya harus diimbangi dengan nilai-nilai Islami serta produk yang dihasilkan juga kualitasnya terjamin sehingga dapat terbentuk sebuah kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya akan loyal terhadap *Nurul Store*.

Sedangkan dalam teori Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudian operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan strategi utama dalam meningkatkan daya saing sehingga mampu menarik para konsumen untuk membeli.¹² Di *Nurul Store* sangat menjaga mutu produk yang akan di distribusikan sehingga bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller, Kualitas produk ialah kemampuan suatu barang atau jasa dengan menghasilkan *output* yang sesuai berdasarkan keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu diamati oleh pembeli sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Kualitas produk *Nurul Store* memiliki keterkaitan dalam upaya pengembangan produk sehingga bisa tepat sasaran pada konsumen yang dituju. Dalam menjalankan usaha, *Nurul Store* sudah mempunyai mutu produk yang terjamin. Aspek kualitas produk pada *Nurul Store* menjadi sesuatu hal yang penting sebab kualitas produk menjadi salah satu tolak ukur terhadap kepuasan konsumen sehingga pembeli diharapkan dapat melakukan pembelian secara berulang, sebuah produk mempunyai keterkaitan erat dengan brand/

¹² Kotler, Philip Dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Prinsip-Prinsip* (Jakarta: Erlangga, 2012). 235

merek, apabila kualitas produk baik maka akan memberikan dampak pada citra merek yang baik pula.

Kualitas produk (*product quality*) ialah penafsiran mengenai barang atau jasa yang ditawarkan produsen dengan memiliki nilai jual lebih dan berbeda dengan produk pesaing. Dalam hal ini Nurul Store berjuang untuk menitikberatkan pada mutu produk serta membandingkan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Produk yang mempunyai tampilan bagus belum tentu produknya memiliki *high quality*, apabila tampilan tidaklah faktor yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, maka Nurul Store sekarang ini lebih dituntut untuk lebih berkreasi dan berinovasi untuk mengembangkan produknya sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen dan keinginan pasar.

Dengan demikian produk yang mempunyai kualitas baik dengan differensiasi yang baik dan memiliki konsistensi produk yang baik pula sehingga memiliki kemungkinan besar konsumen untuk loyal terhadap Nurul Store. Target Nurul Store dari segi mutu produk yakni memberikan kemudahan konsumen dalam mengambil keputusan, dimana konsumen mempunyai wewenang dalam menentukan pilihan produk yang akan digunakannya.

Berdasarkan pemaparan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa tanpa adanya suatu merek atau *Islamic Branding* pada Nurul Store tidak akan bisa dikenal dan diminati banyak orang karena tanpa adanya merek atau brand yang melekat pada suatu produk maka produk tersebut akan dipandang sebelah mata oleh konsumen. Selain itu merek juga sebagai identitas suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai ciri khas tersendiri dan pembeda dengan produk lainnya. Begitu pula dengan kualitas produk, suatu produk tidak akan diminati oleh konsumen jika produk tersebut tidak memiliki kualitas yang bagus dan tahan lama. Sehingga kualitas produk menjadi faktor pendukung minat penjualan.

Menurut peneliti penerapan *Islamic branding* dan kualitas produk di Nurul Store sangat baik dan dapat meningkatkan penjualan hijab di Nurul Store sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong. Hal ini karena penjual memastikan produknya memiliki kualitas yang

baik dan memenuhi standart penjualan dan didukung dengan merek yang sudah memiliki identitas tersendiri.¹³

2. Analisis Hambatan *Islamic Branding* dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Nurul Store

Hambatan merupakan sebuah kendala yang menghambat sebuah perkembangan dalam mencapai target tertentu. Hambatan dapat datang dari faktor internal ataupun eksternal. Hambatan internal dalam penerapan *Islamic branding* dan kualitas produk hijab di Nurul Store yaitu sumber daya manusia. Sesuai dengan teori Ahmad Tohardi bahwa sumber daya manusia merupakan potensi yang ada pada manusia baik berupa akal pikiran, tenaga, keterampilan, emosi dan sebagainya yang dapat digunakan baik untuk dirinya maupun untuk organisasi/perusahaan. Sumber daya manusia adalah aset penting dalam upaya peningkatan kualitas suatu produk.¹⁴

Berdasarkan teori tersebut, dari hasil penelitian dilapangan hambatan internal dialami karena keterbatasan sumber daya manusia, dimana dalam praktik dilapangan Mbak Roi selaku karyawan memegang beberapa tugas sekaligus diantaranya sebagai admin sosial media, *quality control* produk, sekaligus sosial media spesialis sehingga memiliki keterbatasan dalam menyelesaikan pekerjaan di waktu cepat dan hal ini mempengaruhi kualitas produk itu sendiri. Hal itu juga diungkapkan oleh Mbak Roi “Saya disini bekerja sebagai admin, sekaligus membuat konten untuk pemasaran di sosial media dan bertanggung jawab juga memastikan kualitas barang yang akan dijual sehingga kadang keteteran untuk menyelesaikan itu semua”. Keterbatasan waktu dan tanggung jawab pekerjaan yang diberikan membuat *quality control* produk terkadang tidak terlaksana dengan baik sehingga kualitas produk yang diberikan kepada konsumen pernah mendapatkan *complain* seperti benang sisa jahitan yang tidak rapi.

¹³ Kotler, Philip Dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012). 235

¹⁴ Ahmad Tohardi, *Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia*.152

Sedangkan hambatan eksternal yang menjadi kendala dalam penerapan *Islamic branding* dan kualitas produk dalam meningkatkan penjualan hijab di *Nurul Store* yaitu kondisi pasar dan faktor lain. Basu Swastha dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Modern* mengungkapkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam penjualan, yaitu:¹⁵

- e. Kondisi pasar, yang berarti kelompok pembeli/konsumen dalam penjualan dan dapat diartikan pula sebagai suatu kelompok yang akan mempengaruhi kegiatan penjualan perusahaan.
- f. Kondisi dan kemampuan penjual, yaitu transaksi jual beli atas barang ataupun jasa yang melibatkan penjual dan pembeli. Penjual harus memahami produk yang dijual sehingga dapat mempresentasikan produk dengan baik.
- g. Kondisi Perusahaan, dalam perusahaan besar masalah penjualan akan dihandle oleh staff khusus yang memang terfokus untuk menangani hal tersebut. Beda halnya dengan bisnis kecil yang biasanya hanya dihandle oleh owner atau orang yang memiliki usaha tersebut, sehingga tidak ada orang khusus yang ditugaskan untuk melakukan penjualan.
- h. Faktor lain, yang mempengaruhi penjualan meliputi periklanan, pemberian hadiah, kampanye guna meraup pembeli sebanyak banyaknya.

Kemudian ZigZiglar dalam bukunya yang berjudul “*See You At The Top*” mengungkapkan “Terdapat 5 hambatan mendasar dalam penjual yaitu, tidak adanya kebutuhan, tidak adanya uang, tidak adanya keterbukaan, tidak adanya keinginan, dan tidak adanya kepercayaan.”¹⁶

Sesuai teori yang diungkapkan oleh Basu Swastha dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Modern* dan ungkapan dari ZigZiglar, peneliti menemukan adanya hambatan dalam kondisi pasar dan faktor lain yang dialami oleh *Nurul Store*. Berdasarkan hasil penelitian kondisi pasar atau konsumen itu sendiri memiliki beberapa hambatan dalam proses pembelian yaitu banyaknya pertimbangan diantaranya

¹⁵ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*. 249

¹⁶ Zig Ziglar, *See You At The Top*(Amerika Serikat: Pelican Publishing, 2008). 327

karena konsumen merasa belum butuh dan terdapat kebutuhan primer yang jauh lebih penting. Realita pasar menunjukkan persaingan semakin meningkat. Berbagai cara dilakukan mulai dari memberikan harga yang rendah namun tidak disertai dengan kualitas barang yang memadai. Akan tetapi harga yang diterapkan oleh Nurul Store dalam penentuan harga sudah ditentukan oleh pusat karena hanya distributor dengan harga pas dan tidak boleh ditawar, hanya *reseller* ada potongan harga 10 – 20 %. Mbak Nurul selaku *owner* mengungkapkan “Persaingan pasar sekarang sudah tidak dapat dikontrol. Penjual saling bermain harga. Tapi kami selalu berusaha menjaga kualitas produk yang kami jual.”

Peneliti juga menemukan bahwa harga bahan baku mengalami kenaikan sejak 2021, sementara Nurul Store masih berupaya menekan harga produksi dengan tetap memperhatikan kualitas produk. Hal ini sesuai dengan teori ZigZiglar dimana salah satu penghambat penjualan adalah tidak adanya kepercayaan, sehingga Nurul Store berkomitmen untuk selalu menjaga kualitas produk yang mereka jual agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan *Islamic branding* pada saat ini masih banyak mengalami hambatan dalam memasarkan produk. Hambatan utama pada perkembangan *Islamic branding* yaitu kebanyakan merek yang menguasai pasar global adalah merek barat sebab mereka lebih kuat dibandingkan merek Islam. Akan tetapi, seorang muslim sadar bahwa produk halal ialah sesuatu hal yang fundamental sehingga hal tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen muslim. Dengan demikian, kesadaran konsumen akan lebih meningkat karena produk yang ia beli sudah menerapkan kaidah Islam bukan lagi hanya memberikan alternative semata, namun juga memperhatikan prinsip berdagang yang sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw yaitu shidiq, amanah, tabligh, fathonah.

Selain itu, kendala faktor lain yang dialami yaitu promosi, apalagi seiring berjalannya waktu media sosial merupakan sarana yang pas untuk melakukan penjualan. Sesuai dengan teori Basu Swastha dalam bukunya Manajemen Pemasaran Modern bahwa “Faktor lain, yang mempengaruhi penjualan meliputi periklanan, pemberian

hadiah, kampanye guna meraup pembeli sebanyak banyaknya.” Hal ini menjadi salah satu hambatan karena sosial media yang digunakan merupakan akun instagram baru milik Nurul Store sehingga perlu usaha untuk menarik konsumen tanpa mengeluarkan budget lebih karena Nurul Store menggunakan system tanpa iklan. Sementara saat ini peran sosial media sangat penting untuk mengenalkan produk yang dimiliki dan menarik perhatian konsumen. Promosi produk melalui akun sosial media juga sebagai salah satu langkah agar produk dapat diingat oleh konsumen tanpa batas waktu, menjaga perhatian konsumen, dengan harapan setelah melakukan promosi konsumen akan melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang telah dilakukan kepada Nurul Store menunjukkan bahwa hambatan yang saat ini terjadi dari Nurul store perlu diatasi dengan baik. Jika terlambat maka akan memberikan dampak yang cukup besar seperti penurunan daya beli yang mengakibatkan omset menurun. Nurul Store tidak memproduksi sendiri tetapi hanya distributor. Pemilik usaha harus terus berupaya untuk meningkatkan performa penjualan.

Menurut Peneliti, terdapat dua faktor penghambat penerapan *Islamic branding* dengan kualitas produk Nurul Store yaitu, faktor internal dan faktor eksternal. Sesuai dengan teori Ahmad Tohardi Hambatan yang dialami dari faktor internal yaitu sumber daya manusia, dimana terdapat kesenjangan pekerjaan yang dialami oleh karyawan yang harus bertanggung jawab terhadap berbagai sektor, sehingga dapat berpengaruh pada hasil kualitas produk yang akan dijual.¹⁷ Sesuai dengan teori Basu Swastha hambatan dari faktor eksternal yaitu kondisi pasar dan faktor lain. Kondisi pasar dimana saat ini persaingan antar penjual semakin tinggi, dan minat beli konsumen tergolong rendah karena beberapa faktor yaitu karena konsumen merasa belum butuh dan terdapat kebutuhan primer yang jauh lebih penting.¹⁸ Faktor lain dimana terdapat kendala dalam proses promosi karena akun sosial media yang digunakan yaitu instagram merupakan

¹⁷ Ahmad Tohardi, *Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia*.152

¹⁸ Basu Swatha, *Manajemen Pemasaran*.249

akun baru sehingga jumlah pengikutnya masih belum luas dan Nurul Store juga tidak menggunakan system iklan.

3. Analisis Solusi *Islamic Branding* dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Nurul Store

Sumber daya manusia merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan atau usaha yang berjalan. Robbin menyatakan bahwa “*An organization is productive if it achieves its goal, and does so by transferring inputs to output at the lowest cost. As such, productivity implies a concern for both effectiveness and efficiency.*” Kendala sumber daya manusia yang dialami oleh Nurul Store perlu dilakukan evaluasi agar kedepan dapat terus menghasilkan produk yang berkualitas. Secara operasional dalam suatu usaha menekankan adanya efektivitas dan efisiensi. Kedua hal tersebut sangat ditentukan dari sumber daya manusia. Saat ini penting sekali adanya kesadaran bahwa sumber daya manusia bukan hanya sebagai alat produksi, melainkan juga sebagai aset sebuah usaha yang harus selalu dipelihara dan ditingkatkan kualitasnya.¹⁹

Sehingga untuk dapat mencapai efektivitas dan efisiensi Nurul Store dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan berprestasi semacam mengadakan *reward* untuk karyawan sebagai penghargaan karena sudah bekerja dengan baik. Selain itu Nurul Store juga dapat memberikan pelatihan terkait *time management*, dan juga pembagian tugas yang sesuai dengan bidangnya sehingga tidak diberatkan pada satu orang saja. Selain itu pembagian *job desk* yang sesuai akan meningkatkan performa kerja yang lebih baik.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting terkait kepuasan konsumen. Dalam menentukan kepuasan pelanggan ada faktor yang harus diperhatikan. Kotler dan Amstrong antara lain kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Dari semua faktor yang telah disebutkan ada dua faktor yang dominan dalam menyebabkan naiknya atau turunnya pembelian yaitu kualitas produk dan harga,²⁰ hal ini

¹⁹ Basu Swatha. *Manajemen Pemasaran* .255

²⁰ Kotler, Philip Dan Amstrong *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012)..249

dikarenakan adanya kualitas produk maka konsumen akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas, dan dengan adanya harga yang *relative* terjangkau akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi mengingat salah satu faktor penghambat yang dialami oleh Nurul Store yaitu adanya kebutuhan primer lain dari konsumen.

Hasil penelitian dilapangan, Nurul Store melakukan kenaikan harga dibeberapa produk karena biaya produksi juga meningkat. Solusi meningkatkan harga oleh Nurul Store cukup dirasakan oleh reseller Nurul store, namun hal ini satu – satunya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kualitas produk dan mempertahankan pelanggan. Harga dapat memberikan dampak yang besar terhadap konsumen, karena harga dapat menciptakan persepsi atas kualitas dan kepuasan pembeli terhadap suatu produk. Dulu, Nurul Store mencari kain yang harganya sama namun kualitasnya sangat rendah. Sampai berakibat pada pengembalian produk. Jadi sekarang menaikkan sekitar 1-2 ribu per pcs dengan standar kualitas yang sama seperti diawal.

Nurul Store terus melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan jumlah pembelian produknya dan meningkatkan semangat promosi terhadap reseller – resellernya. Dari awal Nurul Store sudah menggunakan strategi jual beli online. Jadi kita lebih ke update gambar baik gambar *stock* dan gambar model kerudung yang sedang *ready*, kemudian di *share* di *Whatsapp* grup dan mengadakan *sale* produk sewaktu-waktu.

Seorang pemasaran harus segera mencari inovasi produk untuk meningkatkan kembali permintaan pembelian saat mencapai fase penurunan penjualan. Untuk stok saat ini Nurul Store terus diperbaiki, Nurul Store berupaya untuk terus dapat memenuhi stock konsumen dengan baik, hal ini juga sebagai bentuk *service* atau pelayanan kepada konsumen dengan harapan kepercayaan terus terjaga sesuai ungkapan dari Hidayat, Putro, dan Produk mengemukakan “bahwa dari sudut pandang teori dan empiris bahwa kualitas produk dapat berpengaruh terhadap kepuasan yang punya implikasi terhadap loyalitas dan kepercayaan. Sehingga Nurul Store terus berupaya mempertahankan kualitas produk agar selalu terjalin kepercayaan antara penjual dan konsumen.

Produsen bersikap lebih aktif dalam update gambar digrup, agar mereka bisa memesan ulang jika warna yang dipilihnya sudah tidak tersedia lagi. Mengadakan *sale* produk juga dapat meningkatkan minat beli disertai dengan kualitas produksi yang bagus. Meningkatkan kualitas dan terus menjaga kualitas produk seperti yang dilakukan Nurul Store dalam setiap produknya. Strategi yang cocok untuk produksi dengan harga yang tidak mahal namun kualitas yang tidak murahan adalah strategi *bargain*. Strategi *bargain* yaitu produk yang dihasilkan memiliki kualitas menengah dan dibandrol dengan harga murah, biasanya strategi seperti ini akan lebih menarik perhatian konsumen.

Kotler dan Amstrong mengungkapkan secara umum ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dan jasa adalah kualitas. Berdasarkan hal tersebut Nurul Store terus berupaya menghasilkan produk yang baik, dalam pengemasannya pun jika ada celah akan dipisah. Gunanya untuk menjadikan produk yang dijual adalah produk yang benar-benar berkualitas, dan tidak kalah dipasaran. Persaingan tidak begitu dirasakan, hal yang terpenting yakni menjaga kualitas kemudian disiasati dengan harga, dipungkiri atau tidak pesaing itu cenderung harganya lebih murah. Nurul Store tidak ikut menurunkan harga tapi disiasati dengan tetap memperhatikan dan fokus pada kualitas.

Media sosial yang dikelola oleh karyawan Nurul Store saat ini dirasa kurang efektif dan belum mampu untuk menargetkan banyak orang untuk melakukan pembelian di Nurul Store. Namun mereka terus berupaya meningkatkan kualitas media sosial. Untuk solusinya bisa dengan bantuan promosi dari akun pribadi *owner* dan meminta bantuan rekan untuk sering upload, sebar link, buat video tentang detail produk sehingga mampu menarik minat pelanggan. Nurul Store tidak melakukan endorse maupun jasa iklan guna menekan biaya promosi dan dapat digunakna untuk meningkatkan kualitas produk.

Menurut peneliti, ada beberapa solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi kendala penerapan *Islamic branding* dengan kualitas produk Nurul Store. Sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong dalam mengatasi faktor internal yaitu sumber daya manusia Nurul Store dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan berprestasi semacam

mengadakan *reward* untuk karyawan sebagai penghargaan karena sudah bekerja dengan baik. ²¹Selain itu Nurul *Store* juga dapat memberikan pelatihan terkait *time management*, dan juga pembagian tugas yang sesuai dengan bidangnya sehingga tidak diberatkan pada satu orang saja. Selain itu pembagian *job desk* yang sesuai akan meningkatkan peforma kerja yang lebih baik. Faktor eksternal meliputi kondisi pasar dan faktor lain. Sesuai dengan teori Basu Swasta kondisi pasar dimana saat ini persaingan antar penjual semakin tinggi, dan minat beli konsumen tergolong rendah karena beberapa faktor yaitu konsumen merasa belum butuh dan terdapat kebutuhan primer yang jauh lebih penting. ²²Untuk mengatasi hal tersebut Nurul *Store* dapat menaikkan harga jual untuk tetap menjaga kualitas produk sehingga terfokus pada kepercayaan Pembeli, selain itu dapat memberikan diskon di momen tertentu sehingga minat pembeli meningkat. Faktor lain dimana terdapat kendala dalam proses promosi dapat diatasi dengan melakukan update di soasial media setiap hari dan bantuan promosi dari akun pribadi *owner* serta meminta bantuan rekan untuk sering upload, sebar link, buat video tentang detail produk sehingga mampu menarik minat pelanggan.

²¹ Kotler, Philip Dan Armstrong *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012).235

²² Basu Swatha, *Manajemen Pemasaran*.249