

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Profil Usaha**

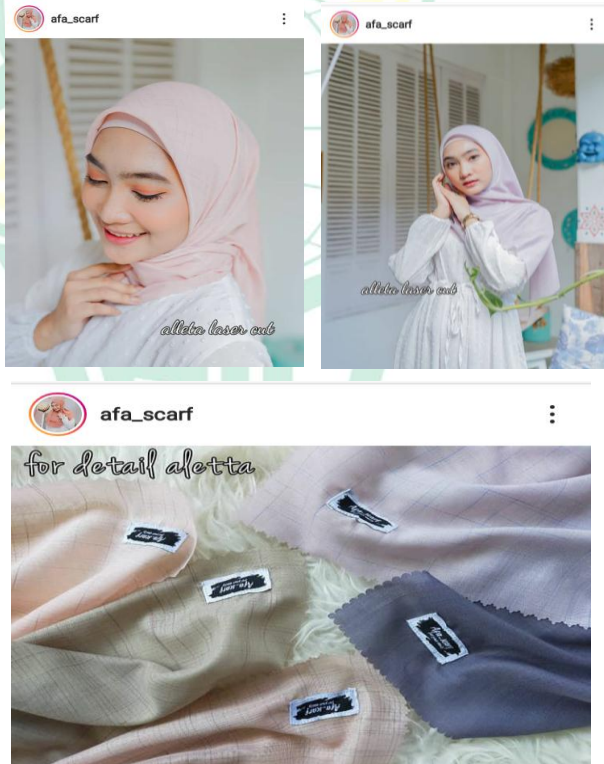
Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia membutuhkan pangan, papan dan sandang. Dan saat ini sebagaimana yang Kita ketahui bahwa sandang sudah menjadi salahsatu kebutuhan manusia dan sudah menjadi kebiasaan untuk mengkoleksi berbagai macam model, motif dan warna. Hal tersebut yang membuat peluang usaha bagi pedagang pakaian.

Fenomena yang ada pada saat ini adalah maraknya pengusaha dibidang *fashion* terutama pakaian muslim, sebab seperti yang diketahui bahwa Indonesia salahsatu negara yang kebanyakan penduduknya adalah memeluk agama Islam. Dengan begitu maka tingginya minat masyarakat di Indonesia untuk berpakaian muslim dan memakai hijab.

Para pengusaha pada bidang *fashion* berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen, terutama dalam memproduksi dan menjual hijab. Sama seperti Afa Scarf , salah satu bisnis yang bergerak di usaha jilbab dan memiliki berbagai variasi jilbab untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Afa Scarf mulai berdiri pada 10 Februari 2019, usaha yang telah bertahan selama 1 tahun ini digeluti oleh salahsatu mahasiswa IAIN Kudus yaitu Alfiya Ilfa. Berawal dari hobi memadupadankan

fashion dan gemar mengkoleksi jilbab Alfiya Ilfa memberanikan diri untuk membuka usaha sendiri. Modal mendirikan usaha dimulai dari menjadi reseller hingga berkembang dan memiliki *brand* sendiri.<sup>1</sup> Homestore Afa Scarf berada di Dukuh Karang Rejo rt 03 rw 01 Desa Loram Kulon, Kec. Jati Kab. Kudus. Untuk pemasaran online, Afa Scarf hadir di Instagram dan Shopee dengan nama Afa\_Scarf.



<sup>1</sup>Hasil wawancara dengan Alfiya Ilfa selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

## 2. Visi dan Misi Afa Scarf

### a. Visi

- 1) Memiliki model dan warna hijab yang bervariasi
- 2) Menjual hijab dengan harga yang relative murah
- 3) Memiliki peluang dan prospek untuk lebih baik

### b. Misi

- 1) Menumbuhkan rasa keinginan muslimah untuk menutup aurat dengan berhijab
- 2) Memberikan pelayanan yang baik
- 3) Menjadi kiblat fashion dan teladan bagi usaha fashion lainnya.

### c. Sasaran dan Tujuan

- 1) Sasaran  
Wanita disemua kalangan dan usia.
- 2) Tujuan
  - a) Untuk mencari keuntungan dengan cara yang halal dan barokah.
  - b) Melakukanmuamalah sesuai anjuran Al-Quran dan Hadits serta dengan ajaran Rasulullah SAW .

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Strategi Pemasaran Afa Scarf

Menurut Alfiya Ilfa, kegiatan operasional dalam Afa Scarf menerapkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan potensi di pasar target daerah tersebut.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh Afa Scarf adalah sebagai berikut:<sup>2</sup>

- a. Promotion (Promosi), supaya produk Afa Scarf banyak diminati dan diketahui keberadaannya oleh masyarakat maka masyarakat perlu tahu tentang manfaat dan kelebihan dari Afa Scarf. Salah satu carayang dilakukan oleh Afa Scarf untuk member informasi kepada masyarakat adalah dengan melakukan promosi. Kegiatan promosi Afa Scarf dilakukan dengan memasang spanduk, melalui sosial media, dan melakukan *endorsement*. Afa Scarf menyediakan totebag bagi pembeli yang membeli 6pcs atau lebih, ini merupakan salahsatu bentuk promosi yang dilakukan oleh Afa Scarf.
- b. Pelayanan prima, dalam hal ini pelayanan yang dilakukan oleh Afa Scarf yaitu memberikan pelayanan dan mewajibkan pelayan untuk ramah dan memberikan yang terbaik dengan 7S, yaitu: salam, senyum, sapa, sopan, santun, siap dan siaga.
- c. Harga jual bersaing, dimana produk yang dijual oleh Afa Scarf menentukan harga yang lebih murah dibandingkan toko lain dan memberikan diskon untuk jumlah pembelian tertentu dan produk tertentu.
- d. SDM mutu, dalam merekrut karyawan diadakan training terlebih dahulu selama satu bulan sebelum menjadi karyawan tetap di Afa Scarf.

---

<sup>2</sup>Hasil wawancara dengan Alfiya Ilfa selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

- e. Memberikan garansi pembelian apabila terjadi kerusakan atau cacat pada produk yang dibeli.<sup>3</sup>

## 2. Penerapan Strategi Pemasaran Afa Scarft Dalam Perspektif Islam

Menurut Alina Khilmiya selaku karyawan yang mengurus bagian pemasaran, selain mengandalkan homestore, Afa Scarf juga turut meramaikan pasar CFD di Gor Kudus setiap minggu pagi. Dengan turun langsung dilokasi yang ramai Afa Scarf dapat dikenal oleh orang banyak dan dapat lebih dekat dengan konsumen sebab konsumen dapat melihat langsung kualitas barang dan dapat melihat koleksi Afa Scarf tanpa harus mengunjungi homestore. Selain itu dengan berjualan di CFD juga digunakan sebagai ajang promosi bagi Afa Scarf, dengan melihat koleksi yang ada maka konsumen yang sebelumnya tidak berniat untuk membeli hijab akan timbul keinginan dan dorongan untuk membeli.<sup>4</sup>

Menurut Devia Pramesti, selaku karyawan yang mengurus bagian produksi menjelaskan dalam proses produksi selalu diperhatikan mulai dari bahan hingga *finishing*. Hal itu dilakukan untuk menjaga kualitas produk untuk memberikan produk yang dapat memuaskan konsumen.<sup>5</sup> Alfiya Ilfa turun tangan langsung untuk memilih

---

<sup>3</sup>Hasil wawancara dengan Alfiya Ilfa selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Alina Khilmiya selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

<sup>5</sup>Hasil wawancara dengan Devia Pramesti selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

model, motif dan bahan yang akan dijadikan sebagai koleksi di Afa Scarf.<sup>6</sup>

Dalam menjalankan kegiatan operasional dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Pada usaha yang bergerak dibidang jasa maupun barang, memiliki tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan.

Berbagai perencanaan dan strategi dilakukan untuk mendapatkan tujuan tersebut. Dalam menetapkan strategi pemasaran membutuhkan pertimbangan yang matang agar tidak merugikan dan berdampak positif bagi perusahaan.

Strategi pemasaran erat kaitannya dengan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Untuk meningkatkan keberhasilan pemasaran maka membutuhkan upaya untuk memaksimalkan bauran pemasaran untuk memberikan kepuasan bagi konsumen dan menciptakan loyalitas. Dalam segi Islam, Rasulullah SAW mengajarkan untuk menjunjung tinggi nilai keIslaman dalam berdagang. Sesuai dengan firman Allah SWT surat An-Nisa ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا  
أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Alfia Ilfa selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا  
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”<sup>7</sup>*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai manusia hendaknya saling menghargai sesama muslim dalam berniaga atau bermuamalah. Sebab berniaga adalah jalur mencari rizki yang dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW, oleh karena itu dalam bermuamalah umat muslim dilarang untuk memenangkan persaingan dengan cara yang licik (bathil) untuk dapat menjatuhkan orang lain (pesaing). Dalam memproduksi barang atau jasa, Islam telah menjelaskan bahwa dianjurkan untuk memproduksi dengan kualitas yang bagus dan bermanfaat, agar konsumen tertarik dengan barang tersebut dari hati tanpa paksaan dari penjual maupun pihak lain.

Ayat tersebut merupakan pedoman utama bagi Afa Scraft dalam menjalankan

---

<sup>7</sup> Al-Qur'an, An Nisa ayat 29, *Alquran dan Terjemahnya* (Kudus: Menara Kudus, 2006), 83.

usahanya, dimana Afa Scraft selalu berusaha memaksimalkan produk dan pelayanan untuk memaksimalkan strategi pemasaran yang dilakukan. Afa Scraft berusaha untuk memproduksi barang yang memiliki manfaat bagi konsumennya, dengan harapan bahwa konsumen akan puas dengan Afa Scraft.

Dalam prinsip syariah kegiatan pemasaran dilandasi dengan ibadah kepada Allah SWT untuk kesejahteraan bersama. Aturan yang terdapat dalam Islam meliputi segala hal dalam diri manusia dan menyeimbangkan dunia dan akhirat yaitu *hablum minallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan sesama manusia).

Alfiya Ilfa menyebutkan Strategi pemasaran Islam yang diterapkan oleh Afa Scarf adalah dengan menerapkan karakteristik pemasaran Islami yaitu sebagai berikut:

- a. Prinsip Ketuhanan. Dalam menjalankan bisnisnya, Afa Scarf menggunakan strategi dagang sesuai dengan ajaran Islam, meskipun mencari keuntungan duniawi juga harus mengedepankan keberkahan dari Allah SWT. Sehingga dalam menjalankan usahanya selalu ingat untuk tidak melakukan hal tercela.
- b. Mengedepankan akhlak. Prinsip yang digunakan adalah mengingat bahwa Nabi Muhammad SAW diutus untuk menyempurnakan akhlak dimuka bumi. Maka Afa Scarf mendirikan usaha hijab agar kaum hawa dapat menutup auratnya terutama dengan menggunakan hijab dari Afa Scarf. Selain itu, dalam menjalankan usahanya Alfiya Ilfa dan para karyawan



diharuskan untuk menjaga tutur kata dan perilaku terhadap rekan bisnis apalagi konsumen.

- c. Prinsip realistik. Yang dimaksud realistik adalah informasi dalam promosi produk dari Afa Scarf sesuai dengan kualitas dan harga dan apabila ada kecacatan maka pembeli diberitahu, seperti yang dilakukan oleh Rasulullah SAW.
- d. Perilaku humanistik (berperikemanusiaan). Dalam menjalankan bisnisnya Alfia Ilfa sebagai pemilik usaha sebisa mungkin untuk tidak menjadi manusia serakah, mau menguasai segalanya, bahkan menindas dan merugikan orang lain terutama karyawan dan konsumen.

Menurut Devia Pramesti selaku bagian produksi menjelaskan bahwa etika bisnis yang diterapkan pada Afa Scarf berlandaskan pada etika bisnis Islam yaitu mengedepankan konsep rahmat dan ridha Allah SWT. Aktivitas pemasaran yang sesuai dengan etika bisnis Islam berhubungan dengan produk yang halal dan *toyyib*. Barang yang diproduksi adalah barang yang dibutuhkan, yang berpotensi ekonomi, memiliki nilai guna, dan dapat memuaskan konsumen. Praktik pemasaran sesuai dengan cara yang dilakukan Rasulullah SAW, yaitu segmentasi dan targeting yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW. Kegiatan pemasaran dilandasi dengan semangat beribadah kepada Allah SWT, serta berusaha untuk kesejahteraan bersama bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Islam adalah agama

yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat; antara *hablum minallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan sesama manusia).<sup>8</sup>

**Fina Maryana selaku admin Whatsapp menjelaskan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Afa Scarf** menyangkut etika (akhlak) pemasaran dalam Islam yang meliputi memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), berkepribadian baik dan memiliki rasa simpati (*shiddiq*), berlaku adil dalam berbisnis (*al-'adl*), melayani dengan rendah hati (*khitmah*), selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfif*), jujur dan terpercaya (*amanah*), tidak suka berburuk sangka, tidak suka menjelek-jelekan, tidak melakukan suap (*risywah*).<sup>9</sup>

Menurut Cintya Magfiroh sebagai karyawan yang mengurus personalia, pemasaran adalah suatu aktivitas dalam berdagang, namun Afa Scraft menerapkan nilai FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabligh) pada semua karyawan tanpa terkecuali. Sebab memberikan SOP dirasa perlu untuk kebaikan usaha, karyawan dan konsumen. Adapun penerapan bisnis Islami bagi karyawan Afa Scarf adalah:

- a. Karyawan perempuan diwajibkan menggunakan jilbab dan laki-laki berpakaian rapi untuk menutup aurat sesuai syariat Islam.

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Devia Pramesti selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Fina Maryana selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

- b. Karyawan wajib memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen online maupun offline.
- c. Karyawan wajib mengutamakan kepuasan dan kenyamanan konsumen.
- d. Mengadakan tahlil setiap satu minggu sekali.<sup>10</sup>

Sedangkan penerapan karakteristik pemasaran syariah pada Afa Scarf yaitu:

- a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Dalam melakukan pemasaran, seorang atau perusahaan harus menyakini hukum hukum rabbaniyah, yaitu memenuhi aturan syariah dalam proses operasionalnya. Mulai dari strategi pemasaran, pasar sasaran, kemudian menyusun strategi pemasaran syariah dengan senantiasa selalu menetapkan prinsip pemasaran syariah agar mendapat Ridho dari Allah SWT.

Menurut Dewi Lestari, bagian admin Shopee menjelaskan kepada peneliti bahwa “Afa Scarf dalam menjalankan usahanya memiliki karakteristik yang Islami, yaitu tidak hanya melihat segi ke duniaan saja, tapi juga kita selalu ingat pada Tuhan bahwa setiap orang yang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tapi harus di ingat peraturan Tuhan tidak boleh diabaikan.”<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Hasil wawancara dengan Cintya Magfiroh selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Dewi Lestari selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

Yayuk Lisningsih menambahkan “Afa Scarf selalu ingin memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Mulai dari bahan dan proses *cutting* saja diperhatikan hingga detail, ini karena memang Afa Scarf ingin proses pemasarannya lurus dan tidak mengecewakan karena memuliakan konsumen kan juga termasuk dalam ibadah”<sup>12</sup>

Sedangkan Fitri Rahmasari menyebutkan bahwa “di Afa Scarf sering sekali diputarakan pengajian diwaktu kerja, jadinya Kita sebagai karyawan ingat terus bagaimana berperilaku dalam Islam yang seharusnya. Jadi disini sebagai karyawan di Afa Scarf sering saling mengingatkan apabila ada sesuatu yang janggal”.<sup>13</sup>

Keterangan dari karyawan Afa Scarf menunjukkan bahwa Theistis atau ketuhanan atau rabbaniyah adalah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi tersebut sangat diyakini oleh umat Muslim, sehingga

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Yayuk Lisningsih selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Fitri Rahmasari selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan. Nilai Rabbaniyah tersebut melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap Muslim, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.

b. Sifat Etis (*Akhlaqiyah*)

Pemasaran syariah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal. yaitu para karyawan dituntut untuk mengedepankan akhlak mulia selalu ramah kepada konsumen, mengedepankan nilai moral dan etika, memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen dan tidak membedakan konsumen. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanannya dan menjadi loyal.

Menurut Devia Lestari menyebutkan “Didirikannya Afa Scarf semoga bermanfaat, bagi saya pribadi dan segenap karyawan di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlak alkarimah. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Afa Scarf dapat memberi sumbangsih akhlak, khususnya pada kaum wanita untuk menutup auratnya melalui busana muslim”<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Devia Lestari selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

c. Sifat Realistis (*Al-waqiyyah*)

Sifat Realistis (*Al-waqiyyah*) yaitu saling menghargai, menghormati, tidak saling menjatuhkan usaha yang lainnya. Serta menyampaikan informasi dengan jujur.

Alina Khilmiya menjelaskan “Afa Scarf kalau promosi selalu memberikan informasi yang akurat dan sesuai dengan kenyataan pada produk. Jadi tidak pernah menambah atau mengurangi informasi hanya untuk membuat tertarik saja. Lagian menurut Kami, apa gunanya membohongi konsumen dengan informasi bohong? Yang ada Afa Scarf tidak dipercaya konsumen dan tidak memiliki konsumen yang loyal, malah *track record* Afa Sscarf yang buruk.”<sup>15</sup>

Dari penjelasan Alina Khilmiya dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjalankan usahanya, Afa Scarf selalu terbuka mengenai informasi produk yang diberikan dan tidak menutupi kekurangan dari produk. Sebab Afa Scarf menginginkan konsumen yang loyal, bukan konsumen yang hanya uji coba kualitas produk dan kecewa.

d. Sifat Humanistis (*Insanniyah*)

Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara serta diciptakan suasana spiritual untuk

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Alfia Ilfaselaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

mengendalikan nafsu manusianya agar terkendali. Pemasaran syariah diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan suku, ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Terkait analisis ini, menurut Rahayu lestrai bagian karyawan pemasaran “di Afa Scarf dalam menerapkan humanistis sesuai dengan prinsip *ukhuwwah insaniyyah* (persaudaraan antar manusia) yaitu tidak membedakan satu dengan yang lainnya dan tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Tetapi dengan melakukan inovasi kreatif untuk menarik perhatian konsumen”.<sup>16</sup>

Berorientasi pada kualitas yaitu dengan melakukan evaluasi maka dapat mengetahui kekurangan dalam memberikan kualitas yang terbaik kepada konsumen atau tamu.

Adapun Data Penjualannya sebagai berikut:<sup>17</sup>

Tahun	Bulan	Penjualan
2019	Februari	Basic voal 500 × 18000
	Maret	Basic voal 600×18000
	April	-Basic voal 500×18000 -Pasmia crepe 200×25000

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan Rahayu Lestari selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

<sup>17</sup> Hasil Wawancara dengan Alfia Ilfa selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

	Mei	- Basic voal 400×18000 -Pasmina crepe 100×25000 -Pasmina crinkle 300×27000
	Juni	-Basic voal 300×18000 -Pasmina crepe 300×25000 -Pasmina cringkle 400×27000
	Juli	-Basic voal 200×18000 -Pasmina crepe 200×25000 -Pasmina cringkle 300×27000 -Voal miracle plain 200×25000
	Agustus	-Basic voal 200×18000 -Pasmina crepe 100×25000 -Pasmina cringkle 100×27000 -Voal miracle plain 200×25000
	September	-Basic voal 200×18000 -Pasmina crepe 200×25000 -Pasmina cringkle 100×27000 -Voal miracle plain 300×25000
	Oktober	-Basic voal



		100×18000 -Pasma crepe 150×25000 -Pasma cringle 100×27000 -Nadira bargo 500×20.000
	November	-Basic voal 50×18000 -Pasma crepe 150×25000 -Pasma cringle 50×27000 -Nadira bargo 500×20.000
	Desember	-Basic voal 50×18000 -Pasma crepe 100×23000 -Pasma cringle 10×27000 -Nadira bargo 500×20.000
2020	Januari	-Basic voal 50×18000 -Pasma crepe 150×23000 -Kia laser cut 300×17000 -Nadira bargo 400×20.000
	Februari	-Basic voal 50×18000 -Pasma crepe 50×23000 -Kia laser cut 400×17000

		-Nadira bargo 350×20.000
	Maret	-Basic voal 70×18000 -Pasmina crepe 70×23000 -Kia laser cut 250×17000 -Nadira bargo 340×20.000 -Bandana rajut 100×15000 -Shiren laser cut 100×25000 -Khimar Aisyah 150×40.000
	April	-Basic voal 50×18000 -Bandana rajut premium 100×15000 -Inner turky/Arab 100×10000 -pasmina daimond crep 100× 23000 -PASMINA CERUTI 300 × 30.000 -Asa laser cut 300×17000 -Kia laser cut 400×17000 -shiren laser cut 30×25000 -Nadira bargo 2 layer 200×30.000
	Mei	-Basic voal

		<p>30×18000                  -Bandana rajut premium                  80×15000                  -Inner turky/Arab                  200×10000                  -pasmina daimond crep 70× 23000                  -PASMINA CERUTI 400 × 30.000                  -Asa laser cut 350×17000                  -Kia laser cut 450×17000                  -shiren laser cut 20×25000                  -Nadira bargo 2 layer 230×30.000</p>
	Juni	<p>-Basic voal 40×18000                  -Bandana rajut premium 70×15000                  -Inner turky/Arab 150×10000                  -pasmina daimond crep 90× 23000                  -PASMINA CERUTI 200 × 30.000                  -Asa laser cut 370×17000                  -Kia laser cut 450×17000                  -shiren laser cut 20×25000</p>

		-Nadira bargo 2 layer 120 ×30.000
	Juli	-Basic voal 50×18000 -Bandana rajut premium 100×15000 -Inner turky/Arab 100×10000 -pasmina daimond crep 100× 23000 -PASMINA CERUTI 300 × 30.000 -Asa laser cut 150×17000 -Kia laser cut 200×17000 -shiren laser cut 30×25000 -Nadira bargo 2 layer 200×30.000
	Agustus	-Basic voal 20×18000 -Bandana rajut premium 90×15000 -Inner turky/Arab 90×10000 -pasmina daimond crep 50× 23000 -PASMINA CERUTI 300 × 30.000 -Asa laser cut 100×17000 -Kia laser cut

		600×17000 -shiren laser cut 10×25000 -Nadira bargo 2 layer 100×30.000
	September	-Basic voal 50×18000 -Bandana rajut premium 90×15000 -Inner turky/Arab 70×10000 -pasmina daimond crep 50× 23000 -PASMINA CERUTI 100 × 30.000 -Asa laser cut 200×17000 -Kia laser cut 400×17000 -shiren laser cut 10×25000 -Nadira bargo 2 layer 150×30.000 <sup>18</sup>

**C. Analisis Data Penelitian**

**1. Analisis Strategi Pemasaran Afa Scarf**

Seringkali yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya adalah dengan pemasaran prinsip konvensional. Perusahaan menciptakan produk atau jasa dengan mengutamakan kuantitas sebanyak mungkin, tanpa memperdulikan

---

<sup>18</sup>Hasil Wawancara dengan Alfia Ilfa selaku informan wawancara tanggal 17 Oktober 2020.

apakah barang tersebut sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak.

Dari segi pemasaran, beredarnya testimoni palsu yang berpotensi untuk membuat konsumen percaya dengan isi testimony merupakan salah satu bentuk penipuan dan akan meresahkan konsumen serta menimbulkan kerugian. Hal ini akan menyebabkan keuntungan pada satu pihak saja, yaitu penjual. Oleh karena itu, pemasaran syariah diperlukan dalam bisnis sebab tidak hanya mengatur keuntungan bagi perusahaan saja, namun konsumen juga diperhatikan. Keduanya sama-sama akan mendapatkan keberkahan.

Pada dasarnya pemasaran merupakan sebuah proses untuk memahami dan memberikan yang terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Jika kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan barang/jasa yang tepat dan cara-cara yang tepat (tidak menyalahi etika), maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang maksimal. Maka mereka akan menaikkan konsumsinya yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan.

Dengan demikian maka peran implementasi strategi pemasaran dalam perusahaan terutama terhadap bauran pemasaran maka dapat meningkatkan volume penjualan. Bauran pemasaran dalam perusahaan diterapkan untuk tidak hanya untuk kepentingan perusahaan dan untuk mencari keuntungan saja, namun dengan mempertimbangkan kepentingan konsumen agar tidak merasa terbebani dan tertipu dengan iklan-iklan yang beredar, karena

konsep pemasaran yang diusung adalah kejujuran. Untuk meningkatkan volume penjualan maka dibutuhkan pelayanan dan kualitas yang memuaskan. Sebab dengan adanya kepuasan konsumen maka dapat menimbulkan rasa loyalitas terhadap perusahaan, maka omset volume penjualan dapat meningkat sebab konsumen yang puas juga akan merekomendasikan *brand* kepada orang lain dan memberikan testimoni yang baik juga.

## 2. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Afa Scarf Dalam Perspektif Islam

Pemasaran dalam Islam merupakan sebuah upaya bisnis yang mengarahkan operasional mulai dari bahan yang digunakan hingga pemasaran dan semua proses yang terlibat didalamnya sesuai dengan akad dan prinsip dalam Islam.

Kalimat tersebut sesuai dengan kaidah fiqh yang membahas ketentuan bisnis Islami yaitu *al-muslimuuna „, alaa syuruutihim illa syarthan harroma halaalan aw ahalla haraaman* yang artinya kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Dan juga kaidah fiqh lain yang terkait yaitu *al-ashlu fil muaamalahtil ibahah illah ayyadulla daliilun „, alaa tahriimihaa* (pada dasarnya semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan).<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 22-27.

Pada dasarnya, pemasaran syariah mencakup 3 prinsip yang merupakan hal inti dari pemasaran untuk menaikkan volume penjualan yaitu keadilan, tanggung jawab dan komunikatif.

a. Keadilan

Keadilan erat kaitannya dengan hubungan sesama manusia. Didalam al-qur'an telah memerintahkan umat muslim untuk mengambil setiap keputusan dengan menyamaratakan derajat, keutuhan serta keterbukaan.

b. Tanggung jawab atau amanah

Dalam hal amanah, prinsip yang diterapkan sesuai dengan surah An-Nahl ayat 93, yaitu:

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً

وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ

يَشَاءُ ۗ وَلِتَسْأَلَنَّ عَمَّا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya: "Dan kalau Allah menghendaki, niscaya dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Allah menyesatkan siapa yang dikehendaki-Nya dan memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-Nya. dan Sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang*



*telah Kamu kerjakan”.* (QS. *An-Nahl: 93*)<sup>20</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai umat manusia diharuskan untuk bertanggung jawab dengan apa yang telah dilakukan, sebab Allah melihat semua perbuatan manusia.

c. Komunikatif

Komunikasi yang baik berguna untuk kemajuan perusahaan, sikap komunikatif sangat membantu operasional untuk menyampaikan informasi sesuai realita dengan baik.<sup>21</sup>

Pemasaran dalam Islam sama halnya dengan etika bisnis Islam, keduanya melarang untuk umat muslim melakukan kecurangan atau penipuan. Sebenarnya tidak hanya usaha yang berbasis syariah saja yang harus menetapkan prinsip syariah, namun selayaknya prinsip syariah ditetapkan pada setiap usaha dan bisnis yang dikelola. Prinsip syariah sama sekali tidak merugikan perusahaan, justru akan mendatangkan keberkahan bagi perusahaan dan akan mendatangkan konsumen lebih banyak lagi.

Dalam menjalankan strategi pemasaran perusahaan maka strategi yang paling dominan adalah promosi. Melalui promosi, maka perusahaan akan dikenal oleh masyarakat lebih luas, sedangkan upaya untuk mempertahankan pemasaran produk adalah dengan kualitas yang baik.

---

<sup>20</sup> Al-Qur'an, An Nahl ayat 93, *Alquran dan Terjemahnya* (Kudus: Menara Kudus, 2006), 277.

<sup>21</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta:Ekonesia, 2004), 16.

Dalam melakukan bisnis, segala proses pada dasarnya adalah perencanaan secara mantap untuk melahirkan keyakinan dan berdampak menjadi sebuah pedoman dalam menjalankan operasional.<sup>22</sup>

Tingkat persaingan bisnis menuntut pemasar mampu melaksanakan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Dalam hal ini, pemasaran Islami memiliki posisi yang strategis, karena pemasaran Islami merupakan strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values (nilai) dari satu *inisiator* kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.<sup>23</sup>

Di dalam konsep marketing mix Islami suatu pemasaran baik berupa barang maupun jasa, tidaklah bebas nilai. Manusia juga dituntut untuk menjaga kesejahteraan masyarakat secara umum, dengan cara berdagang dengan halal dan diridhoi oleh Allah SWT. Sehingga nantinya akan didapat konsep manajemen pemasaran syariah yang

---

<sup>22</sup> Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek* (Jakarta: Gema insani, 2003), 3.

<sup>23</sup> Bukhari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, 340.

kompleks dan komprehensif, yang nantinya dapat digunakan untuk memperkaya khasanah manajemen pemasaran syariah.

Dalam pemasaran syariah diajarkan untuk tidak mencari keuntungan untuk diri sendiri, namun diajarkan untuk tidak membuat konsumen tidak dapat menjangkau harga tersebut. Islam telah mengajarkan untuk menetapkan harga sesuai dengan prinsip sebagai berikut:

- 1) Talaqqi Rukban yaitu pemasar dilarang untuk mengambil barang kepada orang lain yang tidak mengetahui informasi mengenai harga barang dengan cara memberikan informasi harga yang tidak sesuai dengan realita atau lebih murah.
- 2) Ba'i Najasy atau transaksi najas yaitu pemasar dilarang untuk menggunakan testimoni palsu demi menarik perhatian konsumen lain.
- 3) Ihtikar (monopoli) yaitu menimbun barang dan menjual sedikit demi sedikit dengan harga yang relatif tinggi.<sup>24</sup>

Dalam praktiknya, penerapan marketing syariah dalam perusahaan memiliki dua tujuan utama, yaitu:

- a) Memarketingkan syariah  
Maksud dari memarketingkan syariah adalah perusahaan yang mengelola kegiatan operasional dan pemasarannya sesuai asas syariah dalam Islam, pekerjaan yang dilakukan harus professional dalam berbisnis. Menerapkan program pemasaran mengenai produk dan harga supaya dapat diterima pasar.

---

<sup>24</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 153

- b) Mensyariahkan marketing  
 Perusahaan yang melakukan bisnis dengan memperhatikan semua pihak dan tidak mementingkan keuntungan pribadi, namun menciptakan produk agar mendapat ridho dari Allah. Dengan begitu maka dapat menjaga keseimbangan duniawi dan akhirat nanti.

Dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penetapan strategi pemasaran syariah pada kegiatan operasional perusahaan berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan konsumen. Untuk melakukan kegiatan pemasaran, maka dibutuhkan strategi yang terkait dengan karakteristik pebisnis. Sebagai pebisnis harus mengutamakan ridho Allah SWT dengan tidak mengutamakan kepentingan pribadi dan keuntungan semata. Dalam melakukan bisnis dalam Islam telah menyebutkan untuk menjunjung nilai kejujuran untuk menggapai keberkahan.