

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan

Sanni Fashion merupakan salah satu UMKM yang menggeluti pendistribusian di bidang konveksi yang terletak di desa Purwosari RT 01 RW 06, kecamatan Kudus Kota, kabupaten Kudus, provinsi Jawa Tengah. Sudah berdiri pada tahun 2010, masih menggunakan sistem *offline*. Mulai menggunakan sistem online pada tahun 2016, itupun masih memakai Facebook dan Instagram.

Sanni Fashion memproduksi beberapa perlengkapan busana muslim tapi lebih menfokuskan pada busana muslim anak. Awal berdirinya usaha tersebut, Sanni Fashion memproduksi kebaya, namun karena kurang menjanjikan dalam hal omset, kemudian berpindah memproduksi blouse untuk acara resmi namun karena kurang ada peminat, akhirnya beralih ke busana muslim anak.

Adapun sistem yang diterapkan dalam pemasaran Sanni Fashion yaitu melalui sistem pemasaran multi level. Dari produsen pusat menuju distributor, agen, reseller, dan hingga akhirnya sampai ke tangan pelanggan. Masing-masing tingkatan mendapatkan potongan berupa diskon tertentu dengan menerapkan persyaratan tertentu. Untuk menjadi distributor belanja minimal Rp 10.000.000,- bebas memilih model, mendapatkan diskon 40%, wajib belanja setiap bulan minimal Rp 5.000.000,- dan untuk administrasi Rp 25.000,- gratis id card + banner. Untuk agen belanja minimal Rp 1.000.000,- boleh bebas memilih model, mendapatkan diskon 30%, wajib belanja setiap bulan tanpa minimal dan biaya administrasi Rp 25.000,- gratis id card + banner. Untuk member belanja minimal 3 pcs boleh bebas pilih model, mendapatkan diskon 20%, tanpa target belanja dan gratis administrasi. Dan untuk reseller belanja minimal 1 pcs bebas milih model, diskon 10%, tanpa target belanja dan gratis registrasi.

Untuk tempat Sanni Fashion memiliki beberapa lokasi. Untuk bagian cabang berada dilokasi Solo, Yogya, Kliwon dan Salatiga baru ini. Bagian agen berlokasi di Kaliwungu, Pegunungan dan Bae. Bagian distributor berlokasi di Juwono, Pati, Kalimantan dan Sumatra.

Untuk mengenali usaha tersebut lebih dekat bisa mengunjungi media sosial Instagram @arrikna.collection (salah satu nama brandnya) atau bisa dikunjungi e-commerce seperti Shopee dan Sabila. Untuk sistem operasionalnya setiap hari Senin sampai Sabtu buka jam 08.00-21.00 dan hari Ahad libur.

2. Visi dan Misi

a. Visi

“Sebuah harapan menguatkanmu untuk terus bermimpi, maka teruslah berharap sesuatu yang baik”

b. Misi

- Menciptakan produk yang berkualitas melalui pemilihan bahan dan pengerjaan yang berkualitas pula
- Menciptakan produk yang inovatif dengan memperhatikan trend di masyarakat
- Memberikan yang terbaik dalam pelayanan baik antar karyawan, mitra, serta pelanggan
- Mengedepankan kedisiplinan dalam bekerja
- Peduli terhadap nilai sosial masyarakat

3. Produk Sanni Fashion

Sanni Fashion sebuah UMKM yang mempunyai berbagai produk dengan merk yang lumayan dikenal oleh masyarakat tidak hanya dikenal pada warga lokal saja namun sudah beberapa kota yang sudah mendistribusikan. Sesuai dengan visi yang telah disampaikan, Sanni Fashion berusaha memberikan yang ternyaman dan terbaik untuk diberikan kepada masyarakat. Berikut beberapa produk dari Sanni Fashion:

1. Kebaya

Seperti yang sudah diketahui, kebaya adalah sebuah baju tradisional dari adat budaya Jawa. Pakaian ini biasa digunakan ketika ada

acara yang berhubungan dengan adat atau acara resmi lainnya. Kebaya ini adalah awal produk dari berdirinya Sanni Fashion, namun pada saat itu belum terlalu dikenal oleh masyarakat.

2. Blus

Kemudian Sanni Fashion beralih ke blus karena kebaya tidak terlalu memberi keuntungan yang banyak. Blus adalah pakaian yang mempunyai model longgar yang biasanya dipakai oleh pekerja terutama wanita. Namun ini juga tidak bertahan lama.

3. Muslim Anak

Kemudian jatuh pilihan terakhir adalah muslim anak. Pada saat itu belum terlalu banyak yang memproduksi pakaian muslim untuk anak-anak. Dari sinilah terjadinya ide untuk memproduksinya dan awal berkembangnya Sanni Fashion. Busana muslim anak dibuat dengan bahan yang nyaman untuk anak-anak yaitu kain katun yang sifatnya tidak panas, dan mudah menyerap keringat, apalagi anak-anak terkadang memiliki kulit yang sensitive terhadap tekstur tertentu. Harga koko satuan Rp 110.000,- sedangkan untuk gamis anak satuan Rp 115.000



Gambar 4.0 Busana Muslim Anak

4. Hijab

Produk ini adalah fokus kedua setelah busana muslim anak. Hijab tidak hanya sebagai kebutuhan untuk menunaikan kewajiban bagi seorang muslimah, namun juga dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Bahkan sekarang banyak sekali model hijab beragam variasi, mulai dari segi empat, bergo, pashmina dan lain sebagainya. Dari sini Sanni Fashion juga berusaha mengikuti trend yang ada agar tidak kalah saing dengan produk lain. Produk ini muncul pada pertengahan berdirinya usaha tersebut untuk mengembangkan usaha pada tahun 2019.

a. Jilbab segi empat

Jilbab yang sudah sangat fenomenal dikalangan para perempuan, dengan model yang berbentuk persegi dengan berbagai corak, mulai dengan yang polos, bermotif dan bergambar. Bahan utama yang biasa digunakan oleh Sanni Fashion adalah katun. Harga dimulai dari Rp 30.000,- sampai Rp 45.000,-



Gambar 4.1 Jilbab Segi Empat

b. Jilbab Bergo

Bergo adalah produk pertama dari hijab yang dirilis. Jilbab ini memiliki ciri khusus yaitu memiliki pet atau bisa disebut dengan bantalan busa bagian depan kepala yang saat digunakan bisa langsung tegak dan praktis tanpa menggunakan tambahan

peniti atau jarum dan nyaman untuk sehari-hari. Bahan yang digunakan adalah matt Stella yang teksturnya licin menyerupai Jersey namun tidak lentur, berbahan tidak panas dan dapat menyesuaikan keadaan, namun ada juga yang memiliki tali yang dapat menyesuaikan bentuk wajah bagi yang memiliki wajah chubby bisa terlihat tirus. Jilbab bergo yang paling banyak peminatnya adalah bergo Ghina. Harga satuan berkisar Rp 70.000,-



Gambar 4.2 Jilbab Bergo

c. Hijab

Produk kedua adalah hijab itu sendiri yaitu jilbab yang dapat menutupi dari ujung kepala sampai dengan perut dan lebih panjang dari jilbab lainnya. Memiliki panjang bagian depan 80 cm panjang belakang 115 cm, menggunakan matt ceruty baby doll yang mempunyai tekstur lembut namun agak kasar karena permukaannya yang benangnya yang timbul, tidak panas dan nyaman. Hijab yang paling dikenal yaitu hijab Khalisa, harga satuan Rp 125.000,-



Gambar 4.3 Hijab Khalisa

d. Pashmina

Produk ketiga hampir mirip dengan segi empat hanya saja salah kedua sisinya lebih panjang, biasanya berukuran Pj 180 cm lebar 75 cm. Pashmina ini dulu berawal dari India yang dibuat dengan benang wol kemudian ditenun.⁴⁵ Namun bahan yang digunakan Sanni Fashion adalah diamond crepe, bahan tersebut hampir sama dengan ity crepe namun tekstur lebih halus. Salah satu pashmina

⁴⁵<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pashmina> diakses pada tanggal 12 Agustus 2021

yang diproduksi adalah pashmina Ayesha, Harga satuan Rp 40.000



Gambar 4.4 Pashmina

Sekarang ini ada trend terbaru yaitu pashmina plisket, perbedaannya dengan pashmina biasa adalah karena permukaannya berbentuk seperti lipatan. Baru diproduksi pada bulan Juni kemarin, dengan bergai pilihan warna. Kemudian juga ada pashmina picot dengan model tepi kain berenda, ini rilis pada bulan Juli, dengan ukuran 73 cm x 170 cm.dengan harga berkisar Rp 30.000,-



Pashmina Picot

Al-Azid

Gambar 4.5 Pashmina Plisket dan Picot
e. Mukena

Produk yang limited edition adalah mukena karena hanya diproduksi saat Ramadhan dan lebaran. Mukena adalah pakaian yang digunakan untuk ibadah sholat khas Indonesia. Sebenarnya dalam Islam tidak ada aturan khusus dalam busana muslimah ketika sholat yang terpenting menutup seluruh tubuh dan suci dari najis dan kotoran. Jadi mukena ini adalah produk khas budaya Indonesia. Bahan yang dipilih oleh Sanni Fashion adalah rayon, yang mempunyai tekstur yang licin dan dingin, jadi nyaman

digunakan di cuaca yang panas. Harga satuan untuk mukena dewasa Rp 110.000,- dan untuk anak bermotif Rp 125.000,- bonus boneka kecil.



Gambar 4.6 Mukena Dewasa dan Anak

f. Gamis

Gamis adalah pakaian yang dominan biasa dipakai oleh orang-orang Timur Tengah, dengan model lengan panjang dan menjulur kebawah sampai mata kaki. Gamis ini mulai diproduksi pada bulan Ramadhan kemarin. Bahan yang digunakan adalah katun madina, yang mempunyai tekstur nyaman, tidak panas dan tidak mudah kusut. Tersedia dengan berbagai macam model dan bisa request model sesuai keinginan. Harga

satuan dimulai Rp 150.000,- sampai Rp 200.000,-



Gambar 4.7 Gamis

B. Hasil Penelitian

1. Kondisi Usaha Sanni Fashion

Pandemic Covid-19 masuk ke Indonesia pada awal bulan Maret 2020 dan sudah ada beberapa kasus yang terjangkit dengan virus tersebut. Dari sana pemerintah mencetuskan peraturan melakukan karantina regional.⁴⁶Dimulai dari hal ini tidak hanya bertujuan memutuskan mata rantai penularan virus namun juga memberikan dampak bagi para UMKM seperti memutuskan mata rantai pemasaran yang mana menghambat sebagian besar sistem pasar yang menggunakan transaksi secara langsung. Hal ini juga sangat berdampak besar bagi Sanni Fashion, yang mana juga hampir keseluruhan menggunakan transaksi secara langsung.

Pada awal terjadinya pandemi, banyak UMKM yang mengalami penurunan terutama di bidang fesyen di data ada sekitar 7,78% sekitar berjumlah 2.092. Termasuk juga Sanni Fashion, pendapatan yang

⁴⁶<https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/di-mumkan-awal-maret-ahli-virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>
diakses pada tanggal 10 November 2020

diambil mengalami penurunan yang sangat signifikan hampir 50% dari pencapaian hasil tahun sebelum masa pandemi. Hal ini menjadi pukulan terberat yang dialami oleh UMKM tersebut, apalagi UMKM tersebut masih dalam tahap perkembangan dan belum terlalu besar. Langkah yang diambil oleh UMKM Sanni Fashion adalah menarik semua produk yang belum laku dari berbagai kota. Dan untuk area lokal masih diijinkan untuk memasarkan, menurut owner Sanni Fashion dari hasil wawancara tersebut.

2. Hasil Analisis Marketing Mix pada Sanni Fashion dan Pandangan Ekonomi Syariah

Karena banyak kerugian yang disebabkan oleh pandemi, maka dari sini Sanni Fashion berusaha mempertahankan usahanya melalui marketing mix. Ada beberapa komponen yang telah dilakukan oleh Sanni Fashion dalam hal tersebut:

1. Produk

Ini termasuk komponen penting dalam sebuah pemasaran, bahkan tidak akan ada pemasaran jika tidak ada produk. Produk itu sendiri bisa berbentuk barang atau jasa. Namun produk yang diproduksi oleh Sanni Fashion adalah busana muslim. Pada saat pandemi minat busana muslim semakin menurun karena orang lebih memikirkan kebutuhan sehari-hari. Dari sini lah Sanni Fashion melakukan observasi dan mengamati lapangan apa yang sangat dibutuhkan masyarakat pada saat ini dan mencari produk yang sedang trend. Maka Sanni Fashion melakukan inovasi atau pembaharuan produk yang ada dan pengalihan produk sementara untuk membantu pertahanan usaha.

Inovasi adalah sebuah ide, praktek dan obyek yang dipersepsikan sebagai hal yang baru oleh subyek yang memilikinya. Sedangkan inovasi produk adalah sebuah ide untuk mempraktekkan sesuatu yang dimiliki untuk membuat produk baru. Menurut Altinay dan Wang, inovasi mengacu pada produk atau metode baru yang dikaitkan dengan kreativitas penggunaan sumber daya. Sedangkan, bila salah satu dari hal

tersebut tidak terpenuhi maka tidak akan bisa terlaksana dan tidak bisa memecahkan masalah.



Gambar Komponen dalam Inovasi

Jika dilihat dari komponen diatas inovasi tidak akan bisa berjalan jika tanpa adanya ide, kemudian tidak akan berguna jika tidak memiliki nilai yang baik dan tidak akan terealisasi jika tidak dilakukan kinerja.

Seperti hasil wawancara dengan owner Sanni Fashion, bahwa beliau melakukan sebuah observasi untuk mencari tau barang apa yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat saat pandemi dan juga yang sedang trend saat itu. Ketika pemerintah membuat kebijakan untuk semua orang menggunakan masker guna memutuskan mata rantai tertularnya virus, dari sini Sanni Fashion memproduksi masker. Dan dari hasil observasi pula Sanni Fashion membuat produk yang terbuat dari karung goni seperti tas, peci dan beberapa gamis yang dihiasi dengan beberapa potongan karung goni. Selain karung goni memiliki harga yang relatif murah dan juga mudah ditemukan. Dari dua penemuan tersebut dapat meningkatkan omset secara signifikan.



Gambar 4.8 Kerajinan Karung Goni

Inovasi sebuah produk sangatlah penting karena memiliki beberapa alasan:

- a. Teknologi berubah seiring berjalannya zaman dan ini dapat mendorong entrepreneur untuk bersaing
- b. Dampak peralihan alam terhadap siklus produk semakin pendek.
- c. Konsumen saat ini semakin berpengalaman karena desakan pemuasan keperluan hajat mereka
- d. Inovasi dapat menghasilkan pertumbuhan lebih cepat

Islam juga telah mengajarkan kepada kita untuk lebih kreatif dan inovatif apalagi untuk urusan duniawi, seperti pada hadist berikut:

وَعَنْ أَبِي مَسْعُودٍ عُمَيْبَةَ بْنِ عَمْرٍو الْأَنْصَارِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ :
 قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ قَلْبِهِ
 مِثْلَ فَاعِلُهُ (رواه مسلم)

Artinya: “Barangsiapa yang menunjukkan sesuatu yang baik dia akan mendapatkan pahala seperti orang yang mengerjakannya” (HR. Muslim 8/61)

Dapat ditafsirkan bahwa seorang kreator dan inovator mendapatkan pahala dari setiap apa yang ditemukan selagi masih dalam koridor syariat dan tidak bertentangan dengan apapun yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya.

Inovasi sangat diwajibkan karena inovasi itu sendiri adalah sebuah ruh atau jiwa dalam marketing apalagi persaingan sebuah bisnis, sebagaimana semboyan dari guru manajemen sebagai berikut “innovate or die” karena tidak ada pilihan lain selain melakukan inovasi dalam mempertahankan dan menjalankan usaha sebagaimana pada saat pandemi ini. Bahkan inovasi juga bisa dikatakan sebuah ijtihad karena mengemukakan ide baru dari apa yang telah diamati dan dipertimbangkan. Seperti sabda Rasulullah shalallahu `alaihi wasallam: “Barangsiapa yang berjihad dan dia benar, maka dia mendapatkan dua pahala, tetapi barangsiapa yang salah dalam berjihad ia mendapatkan satu pahala”.

Jadi bisa disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan oleh Sanni Fashion sudah termasuk hal yang diperbolehkan dalam Islam, karena memiliki manfaat yang banyak apalagi pada masa pandemic dan juga memberikan ide yang bermanfaat bagi yang lain agar lebih berkreatifitas.

2. Price

Harga dapat dikatakan sebuah atribut yang dimiliki oleh produk atau jasa dan bahkan sering digunakan untuk konsumen dalam mengevaluasi suatu produk.

Melalui harga, para ahli manajemen sepakat bahwa harga dapat memberi pengaruh langsung terhadap jumlah permintaan produk dan hasil yang diterima oleh perusahaan. Bahkan hampir seluruh masyarakat Indonesia dalam pertimbangan untuk memilih apakah melanjutkan dalam membeli ataupun tidak. Seperti halnya dengan keadaan pandemic ini, masyarakat lebih memilah-milah mana yang lebih penting dan jika pun ingin membeli hal yang diinginkan mereka lebih menyukai harga yang relatif murah.

Dari kejadian diatas UMKM diharuskan untuk memberikan harga yang terjangkau, mengingat juga keadaan ekonomi Indonesia menurun, jadi harus bisa menselaraskan untuk semua kalangan. Terutama Sanni Fashion sebelum memberikan harga, UMKM tersebut melakukan observasi di pasaran harga yang terbaik. Namun pada pandemic ini mengalami penurunan dalam hal pendapat walau sudah mengambil harga yang relatif murah, dari sini Sanni Fashion memberikan diskon untuk menarik minat pembeli.

Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual untuk pembeli dengan mendedikasikan peran pemasaran atau mengadakan peran tersebut untuk diri sendiri. Dengan adanya diskon memberikan beberapa manfaat yaitu:

1. Mendorong pembeli untuk membeli
2. Membuat pembeli memusatkan perhatiannya kepada penjual tersebut
3. Merupakan sales service

Seperti hasil dari wawancara dengan owner Sanni Fashion bahkan setiap awal tahun Sanni Fashion memberikan diskon kepada para member, agen, distributor dan reseller untuk memotivasi mereka sesuai dengan kapasitas pembelian mereka. Juga memberikan diskon pada waktu awal meluncurnya produk baru dengan kisaran 20% dari harga aslinya. Dan juga pada waktu tertentu seperti hari raya idul fitri, hari ibu dan lain sebagainya. Berdasarkan dari keterangan tersebut pengimplikasian diskon sangat lah

penting. Apalagi dalam persaingan harga juga sangat ketat di masa pandemi untuk menarik minat pelanggan dan pembeli baru.



Gambar 4.9 Diskon

Potongan harga menurut Syabachul Bachari yang dikenal dalam kalangan ahli fiqih memberikan istilah dalam bahasa arab yaitu *an naqis min al tsaman*. Diskon dalam ekonomi Islam terdapat pada akad Muwadhah, akad ini merupakan salah satu dari akad jual beli yang mana penjual menjual harga barang dibawah harga pasaran yang beredar. Rukun dan syarat akad muwadhah sama dengan akad yang lainnya. Akad ini terjadi biasanya digunakan pada komoditas aktiva tetap yang bukunya sudah sangat rendah. Sebelum didiskonkan wajib menyertakan harga awal agar dapat diketahui jumlahnya. Dan juga barang yang diberi diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang diawal, jika bertentangan maka disebut dengan riba.

Jadi bisa disimpulkan dalam Islam hukumnya boleh asalkan tidak mengandung hal yang diharamkan seperti melakukan penipuan, dan seterusnya. Sebagaimana Allah berfirman dalam kitab-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً أَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka rela diantaramu” (QS. An Nisa [4]: 29).

Dalam kaidah fiqih sebagai berikut:

الأَصْلُ فِي الْإِبَاحَةِ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا الْعَمَالَةَ

“Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”. Oleh karena itu sistem diskon harus terlepas dari hal-hal yang haram.

Bisa diambil kesimpulan bahwa pengambilan diskon pada harga yang dilakukan oleh Sanni Fashion diperbolehkan dan sudah sesuai dengan ketentuan syariat.

3. Promotion

Seperti yang sudah diketahui dari promosi, dapat memberikan komunikasi dari pemasar kepada pembeli untuk memberikan informasi tentang produk atau jasa dan memberikan rasa loyalitas kepada mereka. Ada dua jenis cara promosi yang dilakukan oleh Sanni Fashion:

- a. Promosi secara fisik atau bisa disebut dengan personal selling

Personal selling adalah macam propaganda yang dijalankan secara langsung antara penjual dan pembeli dan dapat melihat produk yang diperjual belikan. Biasanya hal ini terjadi di toko, pasar, sebuah event dan lain sebagainya. Begitu halnya yang dilakukan

oleh Sanni Fashion pada awal berdirinya. Bahkan pemiliknya pernah melamar di salah satu BMT dengan tujuan mempromosikan barangnya, dan itu hanya bertahan beberapa bulan saja karena ingin lebih fokus dalam perkembangan UMKM. Untuk keberlangsungan pemasaran, Sanni Fashion membuka cabang dan toko yang masih berlokasi di Kudus.

b. Promosi dengan media digital

Salah satu bentuk suatu perusahaan berkomunikasi tentang produknya melalui media digital, misalnya seperti mempromosikan di TV, siaran radio, dan lain sebagainya. Saat ini mungkin orang lebih banyak menggunakan internet bahkan hampir seluruh populasi manusia di bumi menggunakannya. Maka dari itu dengan menggunakan internet tidak hanya diketahui oleh masyarakat lokal saja, bisa jadi keluar pulau ataupun keluar negeri.

Hasil wawancara dengan owner Sanni Fashion, usahanya baru menggunakan internet pada tahun 2019, itupun masih menggunakan medsos belum merambah ke dunia digital lainnya.

Telah disebutlan pada bab sebelumnya, bahwa promosi adalah memberikan informasi atau suatu pesan tentang produk tersebut melalui media apalagi saat ini bisa melalui media massa. Dengan perkembangan zaman dengan teknologi saat ini terkadang konsumen dalam posisi yang rawan dan sering disalah gunakan oleh para pelaku usaha. Pada dasarnya promosi seperti memuji suatu produk agar menarik perhatian konsumen dengan menawarkan beberapa macam kualitas. Hukum tersebut dalam ekonomi syariah boleh asalkan jujur dalam menyampaikan. Tapi terkadang jika tidak interaksi secara langsung, penjual terkadang berlaku curang dan menyembunyikan keburukan,

hal ini diharamkan. Rasulullah shalallahu `alaihi wasallam bersabda:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ
وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَارِ

Artinya: Rasulullah shalallahu `alaihi wasallam melarang dari jual beli hashah (jual beli dengan melempar kerikil) dan jual beli gharar (HR. Muslim). Gharar disini adalah menyembunyikan kekurangan barang yang ditawarkan dan apapun sifatnya hal tersebut dilarang.

Bisa disimpulkan bahwa semua jenis promosi diperbolehkan asalkan saling amanah dan jujur.

4. Place

Seperti yang sudah diketahui, tempat yang dimaksud disini adalah tempat untuk melakukan transaksi, dan sebagai saluran distribusi pemasaran. Biasanya para pemasar memilih suatu tempat distribusi dengan melakukan survey melihat dari produk yang dipasarkan, market targeting, mempelajari perilaku konsumen dan pesaing pasaran.

Apalagi saat ini, UMKM sangat diharuskan untuk lebih mengevaluasi situasinya. Setelah ada peraturan “di rumah aja” interaksi pasar secara langsung mulai berkurang, dan para konsumen lebih nyaman menggunakan online, apalagi masyarakat banyak yang takut tertular virus. Salah satunya cara yang digunakan para UMKM adalah melakukan pemasaran di e-commerce. E-commerce itu sendiri dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik untuk menghubungkan antara masyarakat dengan penjual contohnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan lain sebagainya.

Dengan situasi diatas, hal ini dapat memberikan dampak bagi Sanni Fashion, yang

awalnya UMKM tersebut melakukan transaksi secara langsung namun karena situasi yang tidak memungkinkan, akhirnya mulai menggunakan aplikasi yang mendukung. Sanni Fashion memilih Shopee, Sabila dan Lazada baru-baru ini untuk pertama kalinya karena sebagian besar transaksinya dilakukan secara langsung.

E-commerce menurut Loudon dan Traver didefinisikan sebagai transaksi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan internet dan web dan memenuhi dua syarat transaksi dilakukan dengan teknologi media digital dan perpindahan mata uang pada saat transaksi tersebut. Ketika melakukan transaksi, konsumen dapat memilih barang yang diinginkan melalui katalog yang disediakan oleh produsen.

Hasil wawancara dengan salah satu admin yang memegang aplikasi tersebut, alasan memilih e-commerce adalah karena banyak masyarakat Indonesia saat ini menggunakan hal itu. Bahkan Sanni Fashion juga mengikuti fitur-fitur yang telah disediakan oleh layanan tersebut. Dari sini semua UMKM diharuskan untuk lebih maju dari pada sebelumnya terutama dalam hal mendistribusikan produknya.

Islam telah mengatur setiap hal yang berhubungan dengan mu`amalah terutama jual beli, ada tiga macam muamalah jual beli:

- a. Ba`I as-salam merupakan transaksi jual beli dengan pembayaran lunas dimuka sedangkan barang akan datang setelahnya.
- b. Ba`I istisna merupakan transaksi jual beli yang mana penjual menyediakan order kepada pembeli dan dibayar setelah pesanan dibuat.
- c. Ba`I muajjal merupakan transaksi jual beli dengan kesepakatan penangguhan pembayaran.

Dari ketiga jenis tersebut e-commerce masuk kedalam jenis ba`I as-salam, karena memiliki sifat yang sama. Dan bahkan Islam juga memberikan

beberapa persyaratan yaitu transaksi dilakukan bebas dari gharar, riba, maisir dan hal-hal yang haram lainnya. Seperti transaksi yang lain, e-commerce juga memiliki rukun yang sama yaitu: pihak yang bertransaksi, shighat dan obyek yang dijadikan transaksi, cuman yang membedakan adalah sarananya yaitu melalui internet. Islam juga memerintahkan ketika melakukan transaksi jual beli apapun bentuknya harus memiliki sifat amanah, seperti firman Allah:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sungguh Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik pemberi pengajaran kepadamu. Sungguh Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (QS. An Nisa: 58).

Jadi bisa disimpulkan bahwa melakukan transaksi jual beli menggunakan layanan e-commerce adalah diperbolehkan selama tidak melanggar syariat dan amanah adalah kunci dalam keberkahan.