

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia bisnis memacu semakin cepat dan ketatnya persaingan dalam dunia bisnis. Persaingan bisnis ini memang akan selalu ada dan tidak dapat dihindarkan. Dalam menghadapi perkembangan dunia bisnis yang pesat, perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.¹ Sedangkan pemasaran dalam perspektif Islam yakni suatu proses dan strategi dalam bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu produsen kepada konsumen, dimana dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip dagang (bisnis) dalam Islam.²

Penyebaran virus corona di Indonesia memberikan dampak yang besar dalam bisnis. Banyak pembisnis yang mengalami penurunan penjualan. Adanya pusat perbelanjaan yang tutup, restoran, dan industri-industri lainnya yang harus tutup akibat pembatasan sosial berskala besar untuk memutus rantai penyebaran virus corona. Agar bisnis tetap bertahan para pembisnis harus memutar otak bagaimana cara agar produk bisa terjual dan mendapatkan keuntungan. Para pembisnis dituntut untuk beradaptasi dengan merubah sistem bisnis yang awalnya melakukan jual beli secara tradisional berubah menjadi modern untuk meningkatkan penjualan. Dengan melakukan pemasaran melalui internet memudahkan para konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen

¹ Dhika Amalia Kurniawan dan Muhammad Zaenal Abidin, *Pengantar pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi, dan Implementasi*, (Ponorogo: Unida, 2018), 14.

² Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 26.

dengan membeli barang melalui *online*. Dengan memposting gambar melalui internet dengan menjelaskan spesifikasi produk secara jelas baik ukuran, warna, harga, dan lainnya. Sehingga menarik para konsumen untuk membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya dan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan.

Bisnis pakaian adalah salah satu bisnis yang memiliki prospek yang menguntungkan. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi manusia. Kebutuhan pokok/primer adalah kebutuhan dasar yang wajib dipenuhi dan tidak dapat digantikan yang lain, apabila kebutuhan pokok tidak terpenuhi maka orang tersebut akan merasa kehilangan dan tidak puas. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Disisi lain pakaian bagi sebagian orang merupakan barang yang menunjukkan tingkat sosial dan ekonomi orang tersebut.

Di era globalisasi saat ini banyak orang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan sistem informasi. Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Sebanyak 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses media sosial baik *facebook, instagram, whatsapp, twitter, dan youtube*.³ Hal ini berdampak positif bagi dunia manajemen untuk meningkatkan kinerja mereka dengan mengembangkan sistem pemasaran melalui teknologi yaitu internet. Internet (*Interconnected Network*) merupakan sekumpulan jaringan yang saling terhubung dimana jaringan tersebut menyediakan informasi diseluruh dunia.⁴ Dengan adanya internet sangat berpeluang besar bagi perusahaan-perusahaan dengan menggunakan bisnis *online*. Karena dengan menggunakan bisnis *online* tidak membutuhkan banyak biaya yang besar dan sangat praktis serta jangkauan pasarnya lebih luas.

Dineisa store merupakan salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan busana muslim. Khususnya pakaian wanita dengan berbagai macam produk seperti, gamis, mukena, jilbab, dan kemeja. Strategi pemasaran yang digunakan pada toko ini melalui *online* dan *offline*. Strategi *online* dimulai pada tahun 2017 dimana pada saat itu penjualan *online* sedang *trend*. Hingga saat ini penjualan produk pada *Dineisa Store* terus meningkat bisa mencapai sekitar 70 pcs-

³ Kominfo, "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang," diakses pada 2 Januari 2022.

https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

⁴ Buhori Muslim dan Liza Dayana, "Sistem Informasi Peraturan Daerah (PERDA) Kota Pagar Alam Berbasis Web," *Jurnal Ilmiah Betrik*, Vol. 07 No.01 (2016): 39

100 pcs produk terjual perbulan. Bahkan pada saat musim kondangan dan bulan puasa produk yang terjual bisa mencapai lebih dari 100 pcs perbulan, karena pada saat musim puasa konsumen banyak membeli pakaian untuk perayaan lebaran.⁵

Di era globalisasi saat ini terjadi persaingan bisnis yang sangat ketat jumlah pelaku bisnis sangat banyak dengan berbagai macam model bisnis. Bisnis menjadi salah satu daya tarik untuk mencari keuntungan dari pada hanya menjadi pekerja atau karyawan. Perkembangan teknologi memberikan dampak yang luar biasa dalam bisnis. Transformasi sistem bisnis/jual beli secara tradisional berubah menjadi lebih modern, saat ini pembeli tidak perlu bertemu secara langsung dengan penjual tetapi mereka hanya cukup menggunakan media handphone sudah dapat memesan dan membeli barang/jasa tanpa perlu datang ke toko penjual. Namun dengan adanya perkembangan teknologi ini memberikan dampak negatif dimana banyak penjual yang memanfaatkan situasi jual beli untuk melakukan penipuan, kecurangan, tidak professional, dan tidak beretika. Penipuan melalui media sosial pada tahun 2021 setidaknya mencapai 770 juta dolar Amerika. Banyak korban yang membeli barang yang diiklankan dimedia sosial. Pada saat korban memesan produk, tetapi produk tidak pernah dikirimkan kepada pembeli.⁶

Dalam Islam, konsep ekonomi dan perdagangan harus didasari oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber pada dasar agama yang menjunjung tinggi nilai keadilan dan kejujuran. Sehingga dalam kondisi apapun dan bagaimanapun suatu kaidah dan prinsip Islam harus ditegakkan. Pedagang muslim tidak perlu terbujuk oleh keadaan persaingan bisnis yang sangat menggiurkan saat ini. Akhlak harus ditegakkan dalam pemasaran kepada masyarakat.

Dengan adanya permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Analisis Strategi Pemasaran *Online Dineisa Store* Kudus dan Dampaknya pada Peningkatan Penjualan dalam Tinjauan Ekonomi Islam”.

⁵ Pemilik *Dineisa Store* Kudus, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2022, wawancara 1, transkrip.

⁶ *Republika*, “Kasus Penipuan di Medsos Capai 770 Juta Dolar Tahun 2021,” diakses pada 30 Januari 2022. <https://www.republika.co.id/berita/r6euhy459/kasus-penipuan-di-medsos-capai-770-juta-dolar-tahun-2021>

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah Penerapan Strategi Pemasaran *Online Dineisa Store* Kudus dan Dampaknya pada Peningkatan Penjualan dalam Tinjauan Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran *online Dineisa Store* Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan.
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam mengenai penerapan strategi pemasaran *online Dineisa Store* Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran *online Dineisa Store* Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan.
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam mengenai penerapan strategi pemasaran *online Dineisa Store* Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis
Secara teoritis penelitian ini bisa dijadikan referensi dan memberikan kontribusi ilmiah, khususnya mengenai penerapan strategi pemasaran *online* dan dampaknya pada peningkatan penjualan dalam tinjauan ekonomi Islam.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti, kajian ini dapat dijadikan sarana untuk mengembangkan wawasan pengetahuan yang diperoleh peneliti serta mendapatkan pengetahuan yang baru dalam berwirausaha khususnya mengenai strategi pemasaran *online* terhadap peningkatan penjualan dalam tinjauan ekonomi Islam.
 - b. Bagi Akademik, kajian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan yang berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ekonomi Islam.

- c. Bagi Pembaca, kajian ini bisa menambah ilmu pengetahuan serta pemahaman, khususnya dalam strategi pemasaran *online* yang sesuai ekonomi Islam.
- d. Bagi *Owner Dineisa Store* Kudus penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan agar menerapkan strategi pemasaran *online* sesuai ekonomi Islam untuk meningkatkan penjualan agar bisnis tetap berjalan.

F. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari lima bab yaitu:

a. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan pendahuluan yang menjadi dasar dari setiap karya ilmiah yang berisi latar belakang permasalahan, fokus penelitian, rumusan permasalahan, tujuan serta manfaat riset, dan sistematika penyusunan.

b. BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini mangulas mengenai landasan teori yang terdiri dari kajian penelitian sebelumnya, kajian teoritis yang mangulas tentang teori-teori yang hendak dipakai untuk acuan dalam mangulas hasil penelitian, dan kerangka berfikir dalam penelitian.

c. BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tata cara yang digunakan meliputi jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber riset, metode pengumpulan informasi, pengujian keabsahan data, serta metode analisis data.

d. BAB IV : HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Dalam bab ini berisi hasil penelitian berupa gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, serta hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan.

e. BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan kesimpulan dan masukan atas riset yang sudah dilakukan dijadikan revisi dari seluruh kekurangan serta dilengkapi dengan lampiran-lampiran.

3. Bagian Akhir

Pada bab ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

