

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Marzeta Hijab

1. Sejarah dan Perkembangan Marzeta Hijab

Marzeta Hijab berdiri sejak tanggal 2 November 2017 yang didirikan oleh Maulana Syarief Ikhwan S.Pd. Berawal dari keinginannya untuk menjadi salah satu produsen terbesar di Indonesia, yang merupakan Negara mayoritas muslim dan kemudian beliau mendirikan usahanya sendiri sebuah Brand berkonsep syar'i dan yang lainnya di Kota Kudus. Nama Marzeta sendiri berawal dari kombinasi dua kata mar dan zeta. Mar sendiri dalam bahasa Arab (not Arab) berarti bangsawan, dan Zeta dalam bahasa Inggris-Amerika berarti bunga mawar, sehingga filosofi dari Marzeta adalah muslimah yang memakai hijab Marzeta laksana bangsawan yang menawan bak bunga mawar.

Hijab Marzeta merupakan salah satu hijab bermerk di Kudus, terletak di perumahan Salam Indah no. 49 di Jl. Diponegoro No. 49 Rt 03 Rw02 Bae Kudus, Jawa Tengah, Indonesia. Hanya 5 menit untuk menuju kampus IAIN Kudus, 5-10 menit menuju kampus Universitas Muria Kudus dan 10 menit menuju jalan raya pantura. Jam operasional Marzeta Hijab yaitu mulai dari pukul 09.00-16.00 WIB, selebihnya pertanyaan di jawab hari esoknya.¹

Marzeta Hijab ini mempunyai manajemen yang sangat bagus dalam pelayanan dan menyediakan fasilitas dalam kenyamanan anda dalam berbelanja. Sangat cocok bagi anda yang ingin menggunakan hijab untuk di konsumsi sendiri maupun untuk di jual kembali dengan kualitas yang sangat bagus, harga mulai Rp. 49.900,00 hingga Rp. 160.000,00 untuk sementara ini, dengan model yang beragam dan banyak pilihan bahan. Selain jilbab Marzeta Hijab juga menyediakan gamis atau baju muslim untuk dewasa, dengan kisaran harga Rp. 245.000,00. Untuk jilbab Marzeta,

¹ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

owner selalu menampilkan model terbaru 2-3 model setiap bulannya, dengan bahan yang bermacam-macam dan tetap dengan kualitas yang diutamakan. Model yang beragam dari yang ukuran kecil, sedang, besar, syar'i dengan warna yang beragam dari warna-warna yang indah serta model yang berbeda beda seperti blusukan dan segi empat instan, hijab untuk anak, remaja, dewasa, hingga ibu-ibu.²

Para pembeli dapat menikmati kemudahan dalam berbelanja, dengan menggunakan *E-Commerce* dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang sudah di sediakan seperti Shopee, Instagram, Facebook, WhatsApp dan lain-lain yang akan di layani oleh admin yang bekerja dengan layanan yang baik dan memuaskan pelanggan. Selain secara online Marzeta juga memiliki toko *offline* yang berada di perumahan Salam Indah no. 49 di Jl. Diponegoro No. 49 Rt 03 Rw02 Bae Kudus, Jawa Tengah, Indonesia. Toko di lengkapi dengan rak jilbab yang begitu banyak dan terusun rapi agar mudah untuk mencari barang yang di butuhkan. Pelanggan yang berbelanja ketoko dapat memilih barang yang di inginkan sesuka hati.³

Dengan menerapkan *E-Commerce*. Melalui *website* para calon pembeli hijab Marzeta Jepara bisa memperoleh informasi ketersediaan jilbab dengan berbagai model, informasi harga yang variatif serta informasi berbagai keterangan barang mulai dari bahan, ukuran dan lain-lain. Para pembeli mendapatkan informasi secara detail dan dapat melakukan menyimpan barang yang sudah mereka pilih dan pesan kepada admin nanti secara *online* melalui internet dimanapun berada. Sebagai apapun potensi dan peluang yang disediakan internet dalam mengubah dunia global tetap saja memberikan pula kesempatan kegagalan dan penyalahgunaan. Bisnis jual beli dengan sistem konvensional masih bisa dilakukan dengan baik dan merupakan langkah lain dalam peningkatan pemasaran dan pendapatan pada UKM (usaha kecil menengah) tersebut, sehingga apabila UKM

² Data diambil dari Instagram pada 22 September 2018

³ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

(Usaha Kecil Menengah) tersebut lebih besar akan menambah lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi pengangguran di masyarakat.

2. Visi dan Misi

Setiap orang pasti mempunyai visi dan misi dalam hal apapun, apalagi dalam berbisnis. Visi owner Marzeta Hijab ialah ,beliau ingin semua muslimah yang ada di Indonesia ini yang belum berhijab untuk berhijab.

Sedangkan untuk Misi owner Marzeta Hijab ini adalah ingin menjadi salah satu produsen hijab terbesar di Indonesia, bahkan untuk dikirim ke luar negeri juga.⁴

3. Profil Marzeta Hijab

Gambar 4.1



Sumber: Dokumentasi Penelitian

Marzeta Hijab Kudus berdiri berawal dari keinginannya untuk menjadi salah satu produsen terbesar di Indonesia, yang merupakan Negara mayoritas muslim dan kemudian beliau mendirikan usahanya sendiri sebuah Brand berkonsep syar'i dan yang lainnya di Kota Kudus.⁵

⁴ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

⁵ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

4. Harga Produk Marzeta Hijab

Gambar 4.2



Sumber : Dokumentasi Penelitian

Untuk masing-masing harga pada produk Marzeta Hijab ini berbeda-beda, tergantung tingkat kerumitan model, bahan, dan ukuran produk tersebut, begitu pula dengan gamisnya. Untuk produk Marzeta Hijab kita mempunyai hijab pashmina instan anak, hijab daily anak, hijab daily dewasa, hijab bergo syar'i, bergo yang standar, segi empat instan, khimar juga ada, gamis juga ada tapi baru beberapa dan akan di kembangkan lebih banyak lagi.⁶

Daftar harga Hijab Marzeta mulai dari tahun baru 2018:

Profil Hijab Marzeta	Material Hijab Marzeta	Harga Hijab Marzeta
Bergo Daily Hanifa	Stella HQ	62.500
Instan Arabella Syar'i	Stella HQ	67.000
Khimar Carissa	Premium bubble Creppe	70.000
Khimar Laudya	Siffon Cerutti HQ	145.000
Khimar Khanza	Diamond Italiano	62.500
Khimar Bellmira	Siffon Cerutti HQ	145.000
Khimar Aira	Bubble Pop Crepe	75.000

⁶ Data di ambil dari Instagram, pada 22 September 2018

Khimar Salsabila	Bubble Pop Crepe	79.000
Bergo Amira Serut	Jersey HQ	49.900
Bergo Sezha Instan	Bubble Pop HQ	68.500
Bergo Aufa	Bubble Crepe	58.500
Khimar Raisa	Diamond HQ	79.000
Bergo Daily Naila	Stella HQ	98.000
Bergo Anabella Syar'i	Stella HQ	67.500
Segi Empat Instan Fatma	Diamond HQ	79.900
Khimar Sherly	Diamond HQ	55.000
Khimar Amora	Bubble Crepe	77.000
Khimar Donita	Siffon Cerutti HQ	160.000
Instan Najwa	Diamond Crepe	78.000
Bergo Namira	Stella HQ	82.500
Bergo Salwa	Stella HQ	67.500
Bergo Sarifa	Stella HQ	82.500
Bergo Afifah	Stella HQ	89.500
Bergo Shakila	Stella HQ	75.000
Bergo Kinara	Stella HQ	69.500
Bergo Kamila	Stella HQ	82.500
Bergo Fatima	Stella HQ	75.000
Bergo Alessia	Stella HQ	82.500
Bergo Denara	Stella HQ	75.000
Pastan Aurora	Buble Pop	68.500
Khimar Zelmira	Siffon Cerutti	135.000
Bergo Sandana	Stella HQ	108.500
Bergo Huwaida	Stella HQ	85.000
Bergo Alita	Stella HQ	82.500
Bergo Varisha	Stella HQ	75.000
Khimar Adiva	Cerutti Baby Doll HQ	135.000

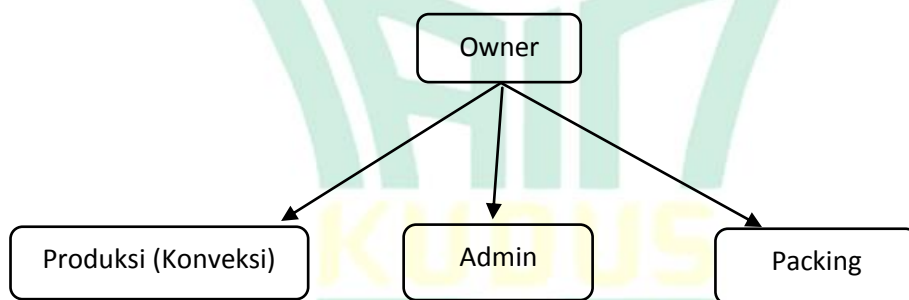
Bergo Permata Zivanna	Stella HQ	85.500
Bergo Farida	Stella HQ	119.900
Khimar Adelia	Baby Doll	132.500
Bergo Azkiya	Stella HQ	108.000
Bergo Salamah	Stella HQ	115.000
Bergo Eliza	Stella HQ	75.000
Pastan Dewina	Bubble Pop	85.000
Pastan Dewina Kids	Bubble Pop	65.000
Khimar Soraya	Diamond Italiano	105.000
Gamis Bulan (Bulan Dress)	Maxmara Silk HQ	365.000

Sumber : Instagram Marzeta Hijab Kudus

5. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



Sumber : Data dokumentasi Marzeta Hijab Kudus 2018.⁷

Job Deskripsi :

a. Owner

Tugas utama owner ialah mampu membaca laporan keuangan, minimal ada 3 hal yang perlu di perhatikan yaitu neraca, laba rugi, dan

⁷ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

cashflow jika bisnis ingin berkembang besar, tumbuh dan kuat maka owner harus bisa menguasai ilmu ini, yaitu ilmu membaca finansial, ilmu bagaimana membaca laporan keuangan. Dan tugas utama owner adalah mengambil keputusan, dan untuk mengambil keputusan owner dapat dari laporan keuangan.

b. Admin

- ✓ Melayani (menjawab) pertanyaan / chat online dari calon pembeli
- ✓ Menerima dan memproses pesanan
- ✓ Memuat laporan penjualan setiap jam kerja untuk di berikan kepada owner.
- ✓ Membuat *editorial plan* atau *weekly content*, biasanya admin membuat setiap upload gambar yang berhubungan dengan brand diselingi dengan konten-konten menarik seperti *gamification*, *quiz*, *trivia* dan *quote*.
- ✓ Memonitoring akun sosial media yang admin pegang, seperti menjawab komentar dari calon pembeli, membalas pesan calon pembeli, menghapus postingan dari akun-akun spamming, dan menjawab jika ada pertanyaan, keluhan, kritik, jika admin tidak bisa menjawab admin bisa kontak langsung dengan pihak *brand*.
- ✓ Admin harus selalu *up date* dengan trend masa kini atau *trend* yang sedang berlangsung
- ✓ Menciptakan ide-ide promosi seperti adanya diskon di hari-hari tertentu, dan lain-lain.

c. Packing

- ✓ Melakukan pengecekan apakah barang yang di pesan sudah benar atau belum sebelum barang dikirim
- ✓ Menentukan ekspedisi yang akan digunakan untuk mengirim barang kepada setia pembeli
- ✓ Menentukan jam keberangkatan barang
- ✓ Memberi alamat lengkap pembeli dan alamat pengirim
- ✓ Mengemas barang dengan rapi dan baik

d. Produksi

- ✓ Memproduksi brand yang akan dijual
- ✓ Memilih bahan yang digunakan untuk membuat produk
- ✓ Mengerti model yang akan di produksi
- ✓ Melakukan pembuatan dari awal hingga finishing

6. Fasilitas Layanan

Sebagai pengusaha yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan, Marzeta Hijab memberikan fasilitas sebagai berikut:⁸

a. Pengiriman

Dalam memudahkan pembeli dan pengiriman, disini Marzeta Hijab mempunyai banyak pilihan seperti via cargo indah, via pos, via Dakota cargo, J&T, JNE, Wahana dan lain-lain menyesuaikan permintaan pembeli.

b. Pembayaran

Dengan menawarkan sistem *online atau e-commerce*, maka pembayaran tidak dapat di berikan langsung kepada admin melainkan bertransaksi dengan cara mentransfer. Dan pembeli bisa menyesuaikan sesuai dengan bank pembeli karena owner menyediakan banyak pilihan nomor rekening agar pembeli lebih nyaman dan mudah untuk membeli.

c. Toko Nyaman

Toko memiliki banyak rak panjang yang tersusun rapi dan di tata sesuai model masing-masing sehingga mudah untuk mencari barang yang diinginkan.

d. Tempat Produksi

Selain online dan toko, Marzeta Hijab mempunyai tempat produksi yang di buat untuk memuat hijab, dan gamis semua produk Marzeta Hijab yang bertempat di Purwosari Jl. Ganesha Jember Kudus. Tempat produksi hanya untuk tempat memproduksi dan tidak ada pembeli yang

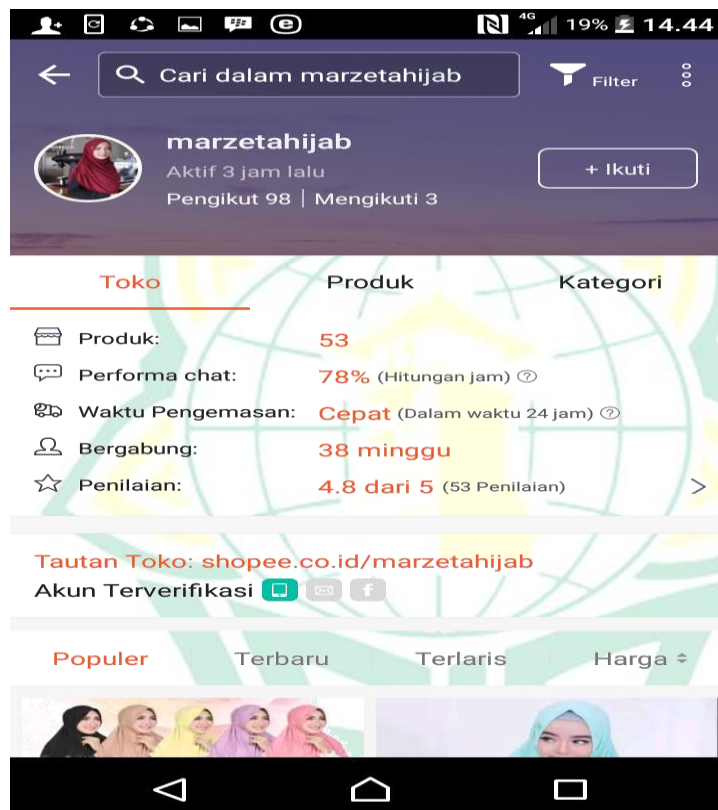
⁸ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

datang kesana karena sudah di sediakan toko untuk menjual secara konvensional dan secara *online* untuk yang tidak bisa datang ke toko.⁹

B. Deskripsi Penelitian

1. Penerapan *E-Commerce* di Marzeta Hijab

Gambar 4.2



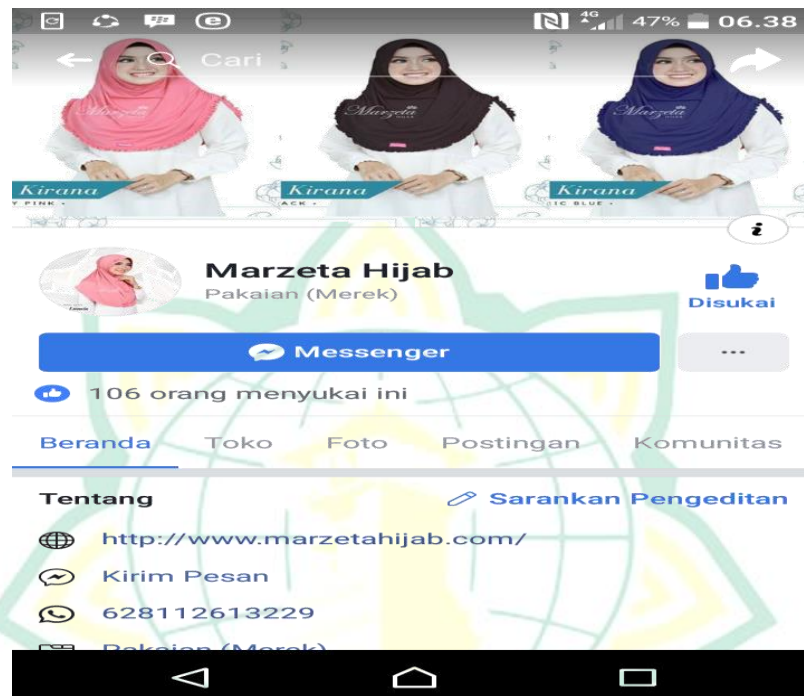
Sumber : Shopee Marzeta Hijab

Penerapan *e-commerce* di Marzeta Hijab dilakukan dalam 4 aplikasi utama yang pertama yaitu aplikasi Shopee, yang di peruntukkan untuk pembeli yang menginginkan free ongkir dengan batas minimal tertentu dan jasa pengiriman yang berbeda-beda. Admin akan mengunggah gambar-gambar terbarunya sehingga pembeli dapat memilih produk dari Marzeta Hijab. Untuk mekanisme transaksi pembayaran kalau lewat Shopee terdapat pihak ketiga, artinya ketika pelanggan membeli produk Marzeta Hijab di Shopee uangnya nanti akan masuk ke rekening Shopee dahulu baru setelah

⁹ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

barangnya sampai pihak Shopee akan mentransfer uang dari pembeli tadi ke penjual.¹⁰

Gambar 4.3



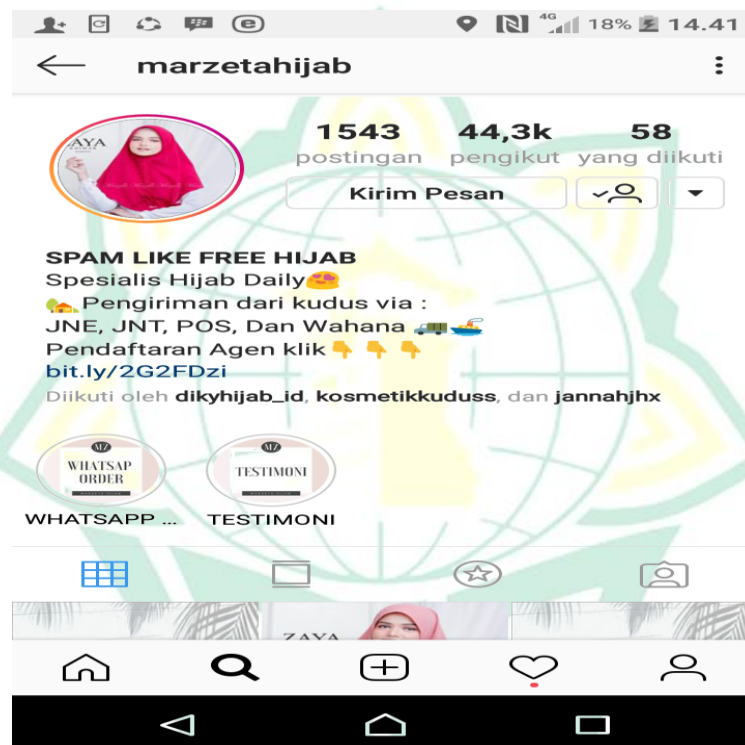
Sumber : Fanspage Facebook Marzeta Hijab

Yang kedua yaitu lewat aplikasi Facebook, dimana admin sengaja membuat halaman yang berisikan semua produk Marzeta Hijab dengan keterangan yang sangat jelas agar pembeli bisa memilih barang yang diinginkannya. Tidak hanya membuat halaman tapi admin Marzeta juga membuat grup di facebook, akun facebook, dan menerima inbok atau orderan lewat pesan facebook. Admin menggunakan aplikasi facebook karena jangkauannya yang luas, sehingga mampu memasuki komunitas grup penjual yang lain. Selain itu, facebook mampu di jadikan iklan sesuai dengan paket yang dipilih mulai dari harga paketan iklan per bulan, dan dapat menyesuaikan tempat atau kota-kota yang ingin di rambah menggunakan iklan dari facebook Marzeta Hijab tersebut. Untuk

¹⁰ Data diambil dari Shopee, pada tanggal 22 September 2018

mekanisme pembayaran biasanya admin menyarankan untuk berkomunikasi lebih lanjut lewat WhatsApp dan admin akan memberikan nomor rekening Marzeta Hijab kepada pembeli agar pembeli dapat mengirimkan uangnya untuk segera di proses dan barang akan segera di kirim.¹¹

Gambar 4.4



Sumber : Instagram Marzeta Hijab

Yang ketiga yaitu lewat Instagram yang bernama “MarzetaHijab”, dimana disana semua produk Marzeta Hijab di jelaskan secara gamblang dan jelas keterangan setiap produknya. Aplikasi Instagram mampu menjangkau banyak sekali pertemanan dan tidak hanya dalam negeri, sehingga pembeli bisa berasalkan dari mana saja. Untuk pengikut Marzeta Hijab pada Intagramnya, sudah sangat banyak yaitu 44,3k yang terdiri dari berbagai kota, pulau, bahkan Negara. Dan untuk pemesanan admin

¹¹ Data diambil dari Facebook, pada 22 September 2018

menyertakan nomor WatsAp untuk masing-masing wilayah nomor WhatsApp nya berbeda sesuai yang sudah di tentukan.¹²

Gambar 4.5



Sumber : Instagram Marzeta Hijab

Yang keempat Marzeta Hijab menggunakan aplikasi WhatsApp yang dimana peran WhatsApp disini terbilang paling penting untuk pemesanan, karena WhatsApp aplikasi yang selalu di cantumkan dalam aplikasi lainnya agar admin bisa cepat menanggapi atau melayani pelanggan yang biasa disebut dengan *fast respons*. Aplikasi WhatsApp digunakan untuk menjawab segala pertanyaan konsumen atau pembeli, untuk mengonfirmasi

¹² Data diambil dari Instagram, pada 22 September 2018

apapun kepada pembeli dan mempermudah melakukan chatting dengan pembeli.¹³

Hasil observasi menunjukkan bahwa Marzeta Hijab memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi untuk mempermudah penjualan dan pemasaran dengan memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai harapan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Maulana Syarief Ikhwan atau biasa dipanggil dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab yang menyatakan bahwa :

“*E-Commerce* di terapkan di Marzeta Hijab Kudus dengan empat aplikasi utama yaitu, Shopee, Instagram, Facebook, dan WastAp yang masing-masing memiliki tugas dan fungsi masing-masing”.¹⁴

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan mbak Diah Ma'muriyah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Saya bertugas menerima pemesanan jilbab dan gamis sebagaimana data yang telah diberikan oleh aplikasi-aplikasi seperti Shopee, Facebook, WatsAp dan aplikasi lainnya sehingga selama jam kerja saya berkewajiban untuk melakukan update secara terus menerus pada situs-situs tersebut untuk menanggapi dan melayani adanya pemesanan produk kami menggunakan situs tersebut”.¹⁵

Berdasarkan teori yang ada, seperti pendapat Philip Kotler Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa Penjualan eceran *online* meledak, tumbuh sekitar 30% per tahun dan Pengecer *online* bersaing di antara mereka sendiri berdasarkan tiga aspek kunci dari sebuah transaksi yaitu (1)Interaksi pelanggan dengan situs web (2) Pengiriman produk (3) kemampuan mengatasi masalah ketika masalah itu terjadi.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Sebenarnya tidak, saya sudah mulai membuat *website* tapi masih dalam proses, karena cara membuatnya tidaklah mudah hanya sekali

¹³ Data di ambil dari Instagram, Pada 22 September 2018

¹⁴ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

¹⁵ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

jadi. Nanti setelah jadi kami juga akan mempunyai *website* Marzeta Hijab agar lebih besar lagi dan di kenal lagi”.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan mbak Diah Ma'muriyah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Sebentar lagi Marzeta Hijab akan memiliki *website* yang akan bisa lebih membantu dalam memasarkan produk Marzeta Hijab”

Untuk pengiriman barang, Marzeta Hijab memiliki banyak pilihan fasilitas pengiriman, Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

”Untuk pengirimannya kami biasa menggunakan pengiriman via cargo indah, via pos, via Dakota cargo, J&T dan lain sebagainya”.

Dalam mengatasi masalah, Marzeta Hijab mempunyai cara yang baik, Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan mbak Diah Ma'muriyah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Untuk kendala biasanya yang paling sering itu tentang pengiriman barang yang tak kunjung sampai, padahal kami sudah mengirimkannya langsung, tetapi pihak ekspedisinya lah yang sering ada kendala. Terus biasanya pelanggan itu miss komunikasi pada promo kita, mereka tidak melihat batas tanggal yang sudah tertera sehingga mereka masih terus ngeyel meminta potongan harga, dan kami sebagai admin menanggapi dengan sabar dengan selalu menjawab semua hal yang menjadi masalah bagi pembeli dengan sopan dan santun serta keramah tamahan yang utama”.

Untuk penjelasan masing-masing transaksi *e-commerce* yang digunakan oleh Marzeta Hijab Kudus akan dibahas pada penjelasan berikut:

a. *Business to Business* (B2B)

Kebanyakan *E-Commerce* yang diterapkan saat ini merupakan tipe business to business. *E-Commerce* tipe ini meliputi transaksi *Inter Organizational System* (IOS).

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Saya memiliki rekan bisnis yang sudah lumayan banyak sekitar 20 an yang terdiri dari agen, sub agen, member, dan reseller yang ikut memasarkan produk Marzeta Hijab ke seluruh wilayah sehingga produk kami bisa di kenal lebih banyak orang Marzeta mempunyai banyak distributor, agen, sub agen, reseller, member sekitar 20 an. Persyaratan untuk menjadi distributor harus ada minimal belanja dengan nominal tertentu dan akan mendapatkan potongan 40%, dan untuk agen dapat diskon 30% dan nominalnya separuh di bawah distributor. Untuk reseller dan member cukup melakukan pembelian berapa pcs, kalau untuk member ada kartunya kalau reseller tidak ada karena reseller dan member ga harus nyetok. Untuk minimal nominal distributor eksklusif itu ada 20 juta dan hanya ada satu per kabupaten atau kota, dan untuk distributor biasa itu sekitar 7,5 juta dan itu tidak ada minimal belanja, untuk distributor eksklusif minimal belanja 15 juta dapat potongan atau diskon 45%, untuk agen 4,5 juta dapat diskon 30%, untuk pendaftaran member pembayaran 120 ribu mendapatkan jilbab satu gratis dan mendapat potongan 20% setiap pembelian dan mempunyai kartu member, untuk reseller dengan menggunakan pembelian 3pcs sudah mendapatkan diskon 10% tanpa kartu”.¹⁶

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Di Marzeta Hijab kudus memang sudah mempunyai banyak jaringan pemasaran dan memiliki banyak rekan bisnis yang tersebar di berbagai wilayah”.¹⁷

Transaksi *Inter Organizational System* (IOS) contohnya yaitu Wal Mart dengan Warner Lambert dan memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. *Trading partners*

Sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.

¹⁶ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

¹⁷ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

2. Pertukaran data (*data exchange*)

Berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, *service* yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data dan dua *entity* yang menggunakan standar yang sama. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu partnernya. Model yang umum digunakan adalah *pear-to pear*, dimana *processing intelegence* dapat mendistribusikan dikedua pelaku bisnis.

b. *Bussines to Consumer* (B2C)

Merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual, selain itu juga dapat diartikan sebagai mekanisme toko *online* (*elektronik shopping mall*) yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer*. *Business to Consumer* mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- 1) *Service* yang digunakan bersifat umum dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai.
- 2) *Service* diberikan berdasarkan permohonan. Konsumen melakukan inisiatif dan produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- 3) Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi *clien (consumer)* menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan *processing (bussines procedure)* diletakkan disisi server.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Pembeli bebas memilih barang yang mereka inginkan, dan mempunyai hak untuk di berikan respon atas permohonan pembeli tersebut tanpa harus datang ke toko langsung dan hanya lewat online pembeli sudah mampu memperoleh barang yang diinginkan sesudah melakukan transaksi yang dilakukan secara sederhana yaitu mentransfer lewat atm pembeli”.¹⁸

¹⁸ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Sesuai dengan tugas admin, kami selalu memuat produk serta dikripsi setiap produk pada *upload*-an kami untuk menjualnya dan bertanggung jawab untuk melakukan proses transaksi pembayaran, pengiriman, dan memberikan service secara lengkap”.¹⁹

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Merupakan transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Selain itu juga merupakan individu yang mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahlian di salah satu situs lelang.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Kami melakukan penjualan melalui beberapa rekan bisnis yang salah satunya ada yang di sebut reseller, dimana pembeli itu dapat menjual produk Marzeta kepada pembeli yang lain”.²⁰

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Devina Puspitasari selaku reseller Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Sebagai reseller saya tidak memiliki kartu member, saya hanya membeli produk Marzeta Hijab minimal 3 pcs dan saya sudah mendapatkan diskon 10% dan barang itu saya jual kembali pada pembeli yang lain”.²¹

d. *Consumer to Business (C2B)*

Merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Untuk produk Marzeta Hijab kita mempunyai hijab pashmina instan anak, hijab daily anak, hijab daily dewasa, hijab bergo syar’I, bergo yang standar, segi empat instan, khimar juga ada, gamis juga ada tapi

¹⁹ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

²⁰ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

²¹ Hasil wawancara dengan mbak Devina Puspitasari selaku reseller Marzeta Hijab pada 17 Agustus 2018

baru beberapa dan insyaallah kita akan kembangkan lebih banyak lagi mengikuti model yang sedang hits pada masanya dan keunggulan Marzeta Hijab dengan hijab lain kalau di Marzeta Hijab itu kita lebih banyak produksi hijab yang daily yaitu hijab yang di pergunakan untuk sehari-hari, jadi kita bahannya menggunakan bahan-bahan yang memang cocok untuk sehari-hari karena di Indonesia ini kan daerah-daerah tropis jadi kita pilih bahan-bahan yang benar-benar halus dan nyaman untuk di pakai, biasa bahan yang digunakan yaitu bahan stela, babydol, babydol ceruti, bubblecrepe juga ada dan untuk ukuran semua All size”.²²

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Diah Ma'muriyah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Marzeta Hijab selalu mengeluarkan model terbaru, biasanya satu bulan sekali mengeluarkan dua model terbaru menciptakan model-model yang kekinian sesuai yang di inginkan konsumen”.²³

e. *Non Business Electronic Commerce*

Meliputi kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain

f. *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*

Kegiatan ini meliputi semua aktivitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa dan informasi, menjual produk perusahaan kepada karyawan, dan lain-lain.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Dengan adanya *e-commerce* dalam penjualan Marzeta Hijab, sangat berpengaruh sekali dalam meningkatkan penjualan. Dan saya rasa bukan hanya pada Marzeta Hijab tetapi pada usaha kecil menengah lainnya, keuntungan karena menggunakan *e-commerce* yaitu pasar otomatis lebih besar, yang kedua pelanggan tidak perlu repot-repot datang kesini nanti kita juga agak terlalu kerepotan untuk melayani jadi kita fokusnya sama yang lewat aplikasi chatting seperti WA terus yang paling penting keuntungannya lebih bisa menjangkau pasar yang lebih banyak dan luas”.²⁴

²² Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

²³ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

²⁴ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Lulu'ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

"E-Commerce memang sangat membantu dalam melakukan penjualan pada Marzeta hijab dan mempermudah dalam mencapai pasar yang lebih luas".²⁵

2. Penerapan dan Hambatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Marzeta Hijab Kudus

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu Negara. Menyadari besarnya peranan UKM dalam perekonomian Negara ini, sudah sepantasnya bila perhatian pemerintah lebih banyak dicurahkan untuk mendorong kemandirian dan keberhasilan pelaku usaha di sektor ini.

Pada dasarnya transaksi penjualan dan pembelian dalam *e-commerce* adalah hampir sama dengan yang dilakukan secara tradisional. Yang membedakan dalam *e-commerce* adalah pemesanan dan pembayaran dilakukan secara *online*.

Penerapan *e-commerce* pada Marzeta Hijab Kudus sangatlah berdampak positif, sehingga mampu meningkatkan daya usaha dan meningkatkan penjualan. Sehingga *e-commerce* sangat membantu dalam penjualan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) seperti Marzeta Hijab Kudus ini.

Dalam satu bulan, Marzeta Hijab mampu menjual kurang lebih 1000pcs. Data yang penulis dapat dalam beberapa bulan ini membuktikan pengaruh *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan. Terhitung mulai dari bulan April mampu menjual 1.005pcs, Mei 1.050pcs, Juni mampu menjual 1.550pcs, Juli mampu menjual 1.310pcs, Agustus mampu menjual 1335pcs, dan September mampu menjual 1.373pcs hijab.

²⁵ Hasil wawancara dengan mbak Lulu'ul Maknun selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

Selain penjelasan di atas, ada lagi penjelasan penerapan *e-commerce* yang digunakan dalam meningkatkan daya usaha pada Marzeta Hijab Kudus

1. *Electronic Markets* (EMs)

Aplikasi *electronik markets* yang dilakukan oleh Marzeta Hijab Kudus merupakan sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan atau menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga konsumen atau pengguna jasa dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“*Electronic markets* yang dilaksanakan oleh Marzeta Hijab Kudus adalah dengan memasukkan jasa dan jasanya yang berupa fasilitas pengiriman dengan harga yang sangat murah dan dikirim secepatnya dan bisa juga pada beberapa situs pencarian hijab dan gamis seperti di Shopee dan pengiriman di tentukan oleh Shopee. Dan admin saya juga juga menjelaskan semua keterangan produk seperti harga, bahan dan lain-lain”.²⁶

Pernyataan tersebut sesuai dengan mbak Lulu’ul Maknun selaku admin di Marzeta Hijab Kudus, saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Saya bertugas menerima pemesanan barang sebagaimana data yang telah diberikan oleh pembeli pada pesannya lewat aplikasi-aplikasi yang sudah di sediakan, sehingga selama jam kerja saya berkewajiban untuk melakukan pelayanan yang baik secara terus menerus pada pembeli agar mereka puas dengan produk yang kami jual dan sesuai dengan barang yang diminta pembeli lalu akan kita packing dan kita kirimkan barang tersebut kepada pembeli”.²⁷

²⁶ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

²⁷ Hasil wawancara dengan mbak Lulu’ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Kris Aida Wijayanti selaku pelanggan Marzeta Hijab saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Sebenarnya jilbab Marzeta bisa didapatkan dengan cara konvensional atau datang langsung ke toko, tetapi Marzeta Hijab melakukan penjualan secara *online* jadi saya tidak usah repot-repot datang ke toko dan saya bisa memesan lewat aplikasi yang memang sudah saya punya yaitu WhatsApp. Dan untuk melihat-lihat koleksi untuk memilih barang yang saya inginkan saya biasanya lewat Facebook Marzeta Hijab, disana sudah jelas tertera semua keterangan produk Marzeta Hijab. Dan saya sangat terbantu sekali dengan adanya *e-commerce*, sehingga saya tidak perlu datang ke tempat Marzeta Hijab langsung melainkan COD (*Cash on Delivery*) dengan admin Marzeta Hijab”.²⁸

Dalam pengertian lain *Electronic Markets* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan konsumen atau pengguna jasa untuk bertukar informasi tentang harga dan jasa yang ditawarkan. Dalam pengertian lain *Electronic Markets* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan konsumen atau pengguna jasa untuk bertukar informasi tentang harga dan jasa yang ditawarkan.

2. *Electronic Data Interchange* (EDI)

Electronic Data Interchange yang dilakukan oleh Marzeta Hijab merupakan sarana untuk megefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi regular yang berulang dalam jumlah besar antar organisasi-organisasi sosial. *Electronic Data Interchange* memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa melakukan *hard copy*, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

²⁸ Hasil wawancara dengan mbak Kris Aida selaku pembeli Marzeta Hijab pada 15 Agustus 2018

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Proses pemesanan produk oleh pelanggan dilakukan dengan cara buyer (pembeli) menginput data tentang nama kota alamat lengkap tujuan, memilih barang yang diinginkan, berapa jumlah barang yang dipesan, untuk dewasa atau untuk anak-anak, perekapan total belanja, dan terakhir pembeli melakukan pembayaran lalu selang beberapa hari barang akan segera sampai”.²⁹

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan mbak Diah Ma'muriyah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Proses pesanan oleh konsumen jika menggunakan aplikasi Shopee dilakukan dengan cara konsumen mengakses situs Shopee untuk kemudian mengisi nama barang yang diinginkan yang kemudian mengisi alamat lengkap konsumen tersebut untuk proses pengiriman, kemudian konsumen akan melakukan pembayaran kepada Shopee baru setelah barangnya sampai Shopee baru mentransfer uang dari pembeli ke penjual”.³⁰

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Widya Hastuti Ningrum selaku pembeli produk Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Proses pembayaran saat saya menggunakan aplikasi Shopee dalam melakukan pemesanan pada Marzeta Hijab Kudus adalah dengan menggunakan aplikasi Shopee dan saya mentransfer nya lewat ATM. Tetapi saya lebih suka memesan lewat admin Marzeta Hijab langsung jika saya punya waktu untuk COD (*Cash on Delivery*)”.³¹

Hasil observasi yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa *Electronic Data Interchange* pada Marzeta Hijab Kudus merupakan transfer data terstruktur dengan format standar yang lebih disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang

²⁹ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

³⁰ Hasil wawancara dengan mbak Lulu'ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

³¹ Hasil wawancara dengan mbak Widya selaku pembeli Marzeta Hijab pada 16 Agustus 2018

lain dengan menggunakan media elektronik. *Electronic Data Interchange* sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dengan para pelanggan mereka.

3. *Internet Commerce*

Internet commerce yang dilakukan oleh Marzeta Hijab Kudus merupakan penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan barang dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan atau konsumen atau pengguna jasa dimana barang nanti akan diproses setelah uang ditransfer ke rekening pihak owner.

Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa jasa tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet. Sesuai dengan tugas *internet commerce* yaitu penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, jaringan internet dan lainnya yang melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Rojer selaku Owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Penggunaan internet berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dilaksanakan di Marzeta Hijab Jepara adalah untuk tujuan komersial misalnya menayangkan iklan tentang produk, harga, dan kualitas Marzeta Hijab Kudus pada situs Shopee, Instragram, Facebook sedangkan untuk kegiatan transaksi yaitu calon pelanggan dapat memesan melalui aplikasi WatsApp dengan admin langsung sehingga dengan adanya *e-commerce* ini dapat meningkatkan daya usaha tau penjualan Marzeta Hijab Kudus”.³²

³² Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan mbak Lulu'ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Proses upload gambar layanan jika menggunakan aplikasi Shopee, Instagram, Facebook dilakukan setiap 2-3 kali dalam sebulan yang memuat foto-foto tentang model hijab terbaru, tetapi biasanya kami mengunggah gambar-gambar kegiatan setiap harinya agar menarik pelanggan dan juga unggahan yang berisikan informasi mengenai pemberian promo, diskon dan masih banyak hal lainnya yang berkaitan dengan Marzeta Hijab Kudus agar *followers* dapat melihatnya karena menurut saya *followers* sama dengan pembeli. Semakin banyak *followers* maka semakin banyak pula calon pembeli potensial yang kemungkinan akan menjadi pelanggan Marzeta Hijab Kudus”.³³

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Asri Megawati selaku pelanggan Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Saya memiliki aplikasi facebook pada *smartphone* yang saya miliki sehingga saya tinggal membuka aplikasi tersebut kemudian mengetik hijab sebagai tujuan barang yang saya cari, lalu munculah akun Marzeta Hijab dan selanjutnya saya memilih model, memilih harga, memilih warna dan jenis bahan jilbab yang saya cari kemudian saya menghubungi kontak yang sudah tertera pada aplikasi facebook tersebut agar bisa fast respon. Kemudian admin menanggapi *chat* saya untuk membeli produk di Marzeta Hijab Kudus dan melakukan reservasi dengan memasukkan data pribadi sesuai dengan alamat, dan nama saya, lalu saya melakukan pembayaran lewat transfer dari ATM lalu barang di kirim ke tempat saya”.³⁴

Hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Marzeta Hijab Kudus menunjukkan bahwa kualitas produk lebih diutamakan karena owner mengedepankan kepuasan pelanggan, mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka *outlet retail* di berbagai tempat. Internet merupakan media promosi

³³ Hasil wawancara dengan mbak Lulu'ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

³⁴ Hasil wawancara dengan mbak Asri Megawati selaku pembeli Marzeta Hijab pada 15 Agustus 2018

perusahaan barang dan jasa yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah, serta konsumen atau pengusaha dapat melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang ketempat pemesanan.

Orang yang terjun ke dunia usaha, berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau fasid. Ini dimaksudkan agar mu'amalah berjalan sah dan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak di benarkan.

Pelaksanaan transaksi bisnis *e-commerce*, secara sekilas hamper serupa dengan transaksi *al-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditi yang di jadikan sebagai obyek transaksi. Transaksi *al-salam* disebut juga *al-salaf* seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada sebelum kedatangan Nabi Muhammad SAW. Hal ini merupakan suatu bentuk keringanan dalam bermuamalah dan memberikan kemudahan kepada manusia dalam bertransaksi dengan sesama, khususnya pada masalah pertukaran harta, seperti halnya jual beli dengan hutang. Dalam transaksi *as-salam* tercermin adanya saling tolong menolong yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Pihak pembeli dapat membeli barang dengan harga lebih murah, begitu pula pihak penjual memperoleh keuntungan dari penerimaan uang lebih cepat dari penyerahan barang. Dengan pembayaran itu berarti didapat tambahan modal yang berguna untuk mengelola dan mengembangkan usahanya.³⁵

Transaksi *as-salam* dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan al-sunah. Ibn 'Abbas berkata : "saya bersaksi bahwa salaf yang di jamin untuk waktu tertentu, telah di halalkan oleh Allah dan kitab-Nya dan diijinkan-Nya". Kemudian dia membaca firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 282,

³⁵ Sugeng Santoso, *Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata Dan Hukum Islam*, jurnal, Pondok Modern Darul Hikmah Tulungagung, vol 4, No 2, November 2016, hlm. 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang di tentukan, hendaklah kamu menuliskannya*”.

Oleh karena itu, untuk menganalisis dengan jelas apakah transaksi dalam *e-commerce* melalui internet tersebut dapat disejajarkan dengan prinsip-prinsip transaksi yang ada dalam transaksi *as-salam* maka masing-masing dapat di cermati melalui pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, proses pernyataan kesepakatan transaksi dan melalui obyek transaksi.³⁶

Untuk penjelasan masing-masing indikator penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Marzeta Hijab Kudus yaitu meliputi kriteria barang, harga barang, promosi, dan layanan akan dijelaskan pada penjelasan sebagai berikut :

Dalam meningkatkan penjualan pada Marzeta Hijab Kudus, peran *e-commerce* sangat berpengaruh. *E-commerce* juga memberi kemudahan pada pembeli bukan hanya pada penjual saja, sehingga memberi banyak kemudahan kepada siapa saja yang menggunakannya.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Rojer selaku Owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Dengan adanya *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Marzeta Hijab Kudus, sangat-sangat membantu sehingga produk Marzeta lebih banyak di kenal hingga ke berbagai wilayah bahkan Negara”.³⁷

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Dengan menggunakan *e-commerce*, pemasaran Marzeta Hijab ini sudah cukup luas hingga mempunyai distributor, sub agen dan agen-agen di luar wilayah juga pelanggan yang dari luar negeri

³⁶ Ibid hlm. 3

³⁷ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

seperti Hongkong, Taiwan, dan Malaysia sudah mulai mengenal produk Marzeta Hijab”.³⁸

Selanjutnya yaitu kriteria barang yang dijual juga sangat penting, dimana bukan hanya hijab yang dijual oleh Marzeta Hijab Kudus. Tetapi juga ada gamis yang kriteria semua produknya sudah dijelaskan secara detail pada setiap gambar masing-masing sesuai dengan kondisi barang yang ada.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Rojer selaku Owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa:

“Semua gambar yang di_upload oleh admin sudah diberi keterangan satu persatu sesuai dengan produk yang di upload tadi. Mulai dari bahan, ukuran, warna, harga, dan potongan harga jika sedang ada *discount*. Jadi pelanggan tidak perlu khawatir barang tidak sesuai dengan gambar”.³⁹

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa:

“Kami sudah memberi keterangan di setiap gambar sesuai dengan produk yang kami upload, sehingga pembeli bisa memilih mana yang mereka inginkan”.⁴⁰

Selanjutnya yaitu harga, harga sebagai indikator daya saing Marzeta Hijab Kudus merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau memakai produk tersebut. Harga menentukan apakah sebuah produk itu berkualitas atau tidak, sesuai atau tidak dengan harga itu. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab Kudus yang menyatakan bahwa :

³⁸ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

³⁹ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

⁴⁰ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

“Harga atau tarif produk Marzeta Hijab Kudus sebagai faktor utama dalam keunggulan bersaing beragam. Tergantung dengan jenis bahan, ukuran, dan tingkat kerumitan model, sehingga setiap produk itu berbeda-beda harga sehingga tidak ada unsur riba”.⁴¹

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan mbak Lulu’ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Harga atau tarif produk Marzeta Hijab Kudus mampu bersaing dengan brand lain di kabupaten Kudus maupun yang lain. Karena harga atau tarif Marzeta Hijab sesuai dengan kualitas barang yang dijual, sehingga pembeli tidak merasa kecewa dengan barang pesanannya”.⁴²

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Kris Aida selaku pelanggan Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Saya puas dengan produk Marzeta Hijab, karena harga nya itu sesuai dengan kualitas barangnya. Jadi tidak mengecewakan karena sebanding dengan produknya”.⁴³

Program pelayanan / *service* sebagai indikator daya saing Marzeta Hijab Kudus menjadi pokok pemikiran pertama seorang wirausaha. Pelayanan melalui jasa berarti konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan jasa yang ada, jasa yang bermutu. Pelayanan melalui *fast renpons*, pelayanan yang ramah, pengiriman tepat waktu, dan lain-lain.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab yang menyatakan bahwa :

“Pelayanan yang diberikan admin Marzeta Hijab Kudus sebagai faktor dalam keunggulan bersaing sangat baik karena sesuai dengan ajaran islam yang dimana kejelasan produk, harga, spesifikasi produk, transaksi dan yang lainnya sudah tertera jelas sehingga pembeli juga akan puas”.⁴⁴

⁴¹ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

⁴² Hasil wawancara dengan mbak Lulu’ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

⁴³ Hasil wawancara dengan mbak Kris aida selaku pembeli Marzeta Hijab pada 15 Agustus 2018

⁴⁴ Hasil wawancara dengan mas Rojer selaku owner Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Diah Ma'muriyah selaku admin Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Sebagai admin kita sebisa mungkin membuat rasa nyaman pada calon pembeli, sehingga kami akan menjaga pesanan yang sudah pembeli pesan. Dan juga memberikan pelayanan apa yang mereka inginkan”.⁴⁵

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mbak Kris Aida selaku pelanggan Marzeta Hijab Kudus saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Pelayanan sangat bagus, semua yang di jelaskan pada produk Marzeta Hijab itu memang benar dan tidak membuat kecewa. Adminnya yang ramah, dan selalu tepat waktu saat COD (*cash on delivery*) selalu menjaga kepercayaan pelanggan”.⁴⁶

3. Perspektif Penerapan E-Commerce Dalam Penjualan Marzeta Hijab Kudus Pada Teori Philip Kotler 4P

Yang pertama yaitu produk (*product*), produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Sesuai dengan Marzeta Hijab yang dapat memenuhi kebutuhan yaitu untuk menutup aurat pada muslimah, dan dapat memenuhi keinginan dengan modelnya yang banyak dan beragam ukuran sehingga pembeli dapat memilih sesuai dengan keinginan mereka.

Yang kedua yaitu harga (*price*), harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Harga yang di tawarkan Marzeta Hijab mampu bersaing dengan Brand lain, dengan kualitas barang yang bagus tetapi harganya yang

⁴⁵ Hasil wawancara dengan mbak Diah selaku admin Marzeta Hijab pada 10 Agustus 2018

⁴⁶ Hasil wawancara dengan mbak Kris Aida selaku pembeli Marzeta Hijab pada 15 Agustus

terjangkau mampu menjadi salah satu strategi pemasaran pada Marzeta Hijab.

Yang ketiga yaitu promosi, yang di maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Untuk strategi promosi, Marzeta Hijab memanfaatkan *e-commerce* dalam melakukan penjualan melalui aplikasi-aplikasi sosial media dan penjualan secara konvensional.

Yang keempat yaitu *place* (tempat), keputusan menentukan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada pelanggan dan dimana hal tersebut akan dilakukan.

Selain berjualan secara online, Marzeta Hijab juga melakukan penjualan secara *offstore* atau secara konvensional. Tetapi sekarang penjualan secara konvensional ini sudah berjalan tidak seramai dulu sebelum menggunakan *e-commerce*, jadi bisa di bilang penjualan Marzeta Hijab ini lebih menekankan pada penjualan secara *online*.

C. Analisis Dan Pembahasan

1. Penerapan *E-Commerce* Pada Marzeta Hijab Kudus

Teknologi mengandung dua dimensi utama yang saling berkaitan satu dengan lainnya, yakni ilmu pengetahuan (*science*) dan rekayasa (*engineering*). Perwujudan dari teknologi dapat berupa teknik, metode, cara produksi, serta peralatan atau mesin yang dipergunakan dalam suatu proses produksi. Secara konkrit, teknologi memiliki empat komponen penting,

yakni perangkat teknis (*technoware*), perangkat manusia (*humanware*), perangkat informasi (*infoware*), dan perangkat organisasi (*orgaware*).⁴⁷

E-Commerce Marzeta Hijab Kudus juga memperoleh manfaat yaitu mudah untuk melakukan akses informasi mengenai barang yang ingin dibeli serta harga barang tersebut dan dapat melayani konsumen dengan waktu yang sudah ditentukan oleh Marzeta Hijab Kudus. Melalui *e-commerce* pihak owner bisa melayani konsumen dalam waktu yang telah di tentukan. Disini pihak manajemen dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke tempat penjualan atau ditoko dengan alasan tempat, tidak mempunyai waktu atau alasan lain dengan cara pengiriman. Dengan layanan ini berarti pihak manajemen bisa memberikan kebebasan sepuas-puasnya kepada konsumen dalam melakukan transaksi dan pilihan masing-masing. Selain itu konsumen yang ingin melakukan *keep* barang atau memesan barang tidak perlu repot-repot untuk datang ke Marzeta Hijab Kudus. Tetapi pemesanannya bisa dilakukan lewat internet dimanapun berada. Dengan hadirnya *e-commerce* pihak manajemen juga dapat memperoleh berbagai informasi mengenai pelanggan dengan cepat karena adanya fasilitas-yang mendukung di dalam *e-commerce*.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak Lulu'ul Maknun yang menjelaskan bahwa hampir tiga kali dalam satu bulan Marzeta Hijab Kudus mengeluarkan model hijab terbaru dan melakukan pemotretan produk lalu mengunggah persediaan produknya. Owner Marzeta Hijab Kudus juga mewajibkan untuk *update* kegiatan sehari-hari di Instagram, Facebook, Shopee serta selalu mengunggah jika ada promo dan diskon dari Marzeta Hijab Kudus. Hal ini dilakukan untuk terus menarik perhatian konsumen dan supaya tidak kehilangan pengikut. Karena menurut Mbak Lulu'ul Maknun, *followers* sama dengan pembeli. Semakin banyak *followers* maka

⁴⁷ Gauthama,- Margaret P, Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Pengrajin Gerabah di DesaBanyumelek, Lombok Barat, dalam Alkadri, Muchdi, 1999, hlm. 56.

semakin banyak pula calon pembeli potensial yang kemungkinan akan menjadi pelanggan Marzeta Hijab Kudus.⁴⁸

Menurut analisa peneliti, Marzeta Hijab Kudus memang sudah menerapkan *e-commerce* dalam uasahnya. Marzeta Hijab mempunyai aplikasi-aplikasi yang digunakan dalam bisnisnya, yaitu Instagram, Facebook, Shopee, WhatsApp dan sekarang baru proses untuk membuat situs di *website*. Sehingga Marzeta Hijab Kudus mampu melakukan perluasan pangsa pasar dan mampu meningkatkan penjualan nantinya.

2. Penerapan dan Hambatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Marzeta Hijab Kudus

Dengan adanya berbagai cara para pembisnis untuk memasarkan produk yang telah di hasilkannya, baik pemasaran itu melalui secara langsung bertemu pelanggan atau menggunakan media sosial. Sehingga dengan melakukan cara tersebut akan dapat meningkatkan omzet penjualan. Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, memperoleh laba untuk kelangsungan hidup perusahaan dari hasil produksi produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.⁴⁹

Di Indonesia, perdagangan secara elektronik juga sudah marak dilakukan. Di internet dapat kamu temui banyak toko-toko online yang menjual berbagai produk. Manfaat dalam menggunakan e-commerce dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah :

1. Dapat meningkatkan pangsa pasar

Transaksi *online* yang membuat semua orang diseluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Mbak Lulu'ul Maknun selaku admin Marzeta Hijab Kudus, pada tanggal 10 Agustus 2018.

⁴⁹ Basu swasta, *Manajemen Penjualan*, Edisi 3, Cet. Pertama, BPFE, Yogyakarta, 1989, hal. 10.

2. Memerikan banyak informasi

Ada keterbatasan jumlah informasi yang dapat ditampilkan ditoko fisik. Sulit untuk membekali karyawan untuk menanggapi pelanggan yang membutuhkan informasi di seluruh produk

3. Melewati batas geografis

Jika anda memiliki toko fisik, anda dibatasi oleh wilayah geografis yang dapat anda layani. Dengan menggunakan *e-commerce*, seluruh dunia adalah taman bermain anda. Selain itu, munculnya *mCommerce*, yaitu, *e-commerce* pada perangkat mobile, telah memutuskan segala keterbatasan geografis yang tersisa.

4. Mendapatkan pelanggan baru lewat *search engine*

Ritel fisik didorong oleh brand dan hubungan. Selain itu, ritel *online* juga didorong oleh lalu lintas dari mesin pencari, dan mendarat di sebuah situs *e-commerce* yang mereka belum pernah dengar sebelumnya.

5. Biaya lebih rendah

Salah satu sisi positif nyata dari *e-commerce* adalah biaya yang lebih rendah. Bagian dari biaya-biaya rendah ini dapat diteruskan kepada pelanggan dalam bentuk pemberian diskon.

6. Mencari produk lebih cepat

Disebuah situs *e-commerce*, pelanggan dapat mengklik navigasi intuitif atau menggunakan kotak pencarian untuk segera mempersempit pencarian produk mereka. Beberapa situs web mengingat preferensi pelanggan dan daftar belanja untuk memfasilitasi pembelian berulang.

7. Melebarkan jangkauan pemasaran

Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang didunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

8. Memerikan perbandingan belanja

E-Commerce memfasilitasi perbandingan berbelanja. Ada beberapa layanan online yang memungkinkan pelanggan untuk menelusuri beberapa perdagangan *e-commerce* dan menemukan harga terbaik, dan masing ada hal yang lain-lain lagi.⁵⁰

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mas rojer yang menjelaskan bahwa dengan adanya *e-commerce* dalam penjualan Marzeta Hijab, sangat berpengaruh sekali dalam meningkatkan penjualan. Dan saya rasa bukan hanya pada Marzeta Hijab tetapi pada usaha kecil menengah lainnya, keuntungan karena menggunakan *e-commerce* yaitu pasar otomatis lebih besar, yang kedua pelanggan tidak perlu repot-repot datang kesini nanti kita juga agak terlalu kerepotan untuk melayani jadi kita fokusnya sama yang lewat aplikasi chatting seperti WA terus yang paling penting keuntungannya lebih bisa menjangkau pasar yang lebih banyak dan luas. Jadi peran *e-commerce* pada Marzeta Hijab sudah berjalan baik dan efisien. Sehingga Marzeta sekarang mampu mempunyai banyak distributor, agen, sub agen, reseller, member sekitar 20 an.

Menurut analisa peneliti, perkembangan Marzeta hijab Kudus sangat pesat. Dalam waktu satu tahun berdiri Marzeta Hijab Kudus sudah memiliki banyak agen, sub agen, distributor, member, dan reseller yang tersebar di berbagai wilayah dan kota. Marzeta Hijab Kudus dalam waktu dekat ini juga akan membuat *website* yang berisikan semua hal tentang Marzeta Hijab. Dengan demikian Marzeta Hijab Kudus telah mengembangkan pemasaran internetnya. Banyak sekali keuntungan yang didapatkan pelanggan dengan berbelanja melalui *website* nanti.

Hukum transaksi dengan menggunakan media *e-commerce* adalah boleh berdasarkan prinsip masalah karena akan kebutuhan manusia dengan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknik dari syari'ah. Sebab tidak dapat

⁵⁰ <http://www.software-id.com/Memanfaatkan> *E-Commerce* Dalam Dunia Bisnis htm di akses tanggal 18 November 2018, pada pukul 02.25

dipungkiri bahwa mekanisme yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relative aman dan didukung oleh upaya-upaya pengaman hal itu dapat ditolelir berdasarkan prinsip toleransi syariah dalam muamalah dan kaidah fiqih: *adh-dhararu yuzal mudarat* harus dihilangkan. Dan jual beli tersebut harus sah menurut syarat dan rukun syari'ah Islam, jika tidak maka jual beli yang rusak atau batal akan menghalangi kepemilikan, sebab larangan tersebut berarti tidak boleh menurut syara' maka sesuatu yang illegal (*ghairu al-masyru'*) tidak dapat dimiliki oleh pembeli. Sedangkan melihat dari segi mekanisme yang dapat diperhatikan transaksi *e-commerce* diperbolehkan. Khususnya dianalogikan dalam jual beli pesanan atau *as-salam*. Namun ada pengecualian yaitu tidak boleh dalam keadaan barang atau jasa yang diharamkan dalam islam.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mas rojer yang menjelaskan bahwa dengan adanya *e-commerce* pada usahanya sudah sesuai dengan aturan bisnis islam, dimana semua gambar yang di *upload* oleh admin sudah di beri keterangan satu persatu sesuai dengan produk yang di *upload* tadi. Mulai dari bahan, ukuran, warna, harga, dan potongan harga jika sedang ada *discount*. Jadi pelanggan tidak perlu khawatir barang tidak sesuai dengan gambar dan kami sudah melakukan itu semua dengan sejujur-jujurnya. Dan Harga atau tarif produk Marzeta Hijab Kudus sebagai faktor utama dalam keunggulan bersaing beragam. Tergantung dengan jenis bahan, ukuran, dan tingkat kerumitan model, sehingga setiap produk itu berbeda-beda harga sehingga tidak ada unsur *riba* sesuai dengan ketentuan berdagang dalam islam.

Menurut analisa peneliti, Marzeta sudah berusaha berbisnis menggunakan *e-commerce* dengan cara yang sudah dianjurkan dalam islam. Yang utama bagi peneliti itu kedua belah pihak harus saling rela, dan penjual sudah memberikan keterangan sejujur jujurnya dan tidak ada yang mengingkari akad satu dengan lainnya dan pembeli puas dengan barang yang diberikan penjual.

3. Perspektif Penerapan E-Commerce Dalam Penjualan Marzeta Hijab Kudus Pada Teori Philip Kotler 4P

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan marketing mix 4p, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), Promosi (*promotion*) yang semua itu dapat menjadi marketing mix yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mas rojer yang menjelaskan bahwa penerapan strategi pemasaran 4P sangat berpengaruh besar, mulai dari produknya yang dijaga kualitasnya dari awal, tempat pemasarannya yang selalu diperhatikan tempatnya yang harus strategis, harganya yang terjangkau dan sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan promosinya menggunakan *online* sangat berjalan dengan baik.

Menurut analisa peneliti, Marzeta Hijab sudah menerapkan strategi itu. Namun peneliti rasa belum semuanya berjalan dengan baik. Seperti pada promosinya yang menerapkan *e-commerce*, Marzeta Hijab belum membuat *Website* untuk memperluas promosi atau pemasarannya, dan untuk tempat Marzeta Hijab kurang memperhatikan tempat yang strategis. Tetapi untuk yang lainnya Marzeta sudah sangat baik.