

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Ulya Hijab

Perkembangan dunia usaha semakin kuat dirasa, tidak dapat dipungkiri inovasi-inovasi terus dikembangkan untuk meningkatkan jumlah penjualan.

- a. Nama Usaha : Ulya Hijab
- b. Nama Pemilik : Isni Masrufatul Ulya
- c. Jenis Usaha : Konveksi
- d. Alamat : Dukuh Krajan Kidul Desa Jepang Pakis RT 4 RW 5 Nomor 45 Kecamatan Jati Kabupaten Kudus.
- e. Nomor Hp : 085701597444
- f. Tahun Berdiri : 2015
- g. Akun Media Sosial:
 - 1) Facebook : Fathna Hijab
 - 2) Fanpage : Hijab Ulya
 - 3) Instagram : ulyahijab.official

2. Sejarah Ulya Hijab

Berdirinya ulya hijab itu bermula dari owner ulya hijab yang merupakan penjual jilbab online, yang awal mulanya mengambil barang dari pasar kliwon. Setelah menikah akhirnya teretuslah ide dari Mbak Isni Masrufatul Ulya dan suaminya Mas Abdul Kholiq untuk membuat usaha sendiri. Karyawan pertama dari Ulya hijab adalah ibu dari Mbak Isni yang pada dasarnya merupakan penjahit gamis. berbekal kemampuan dari ibu mbak Isni dan 2 mesin jahit yang diberikan oleh orang tua Mas Kholiq maka terbentuklah Ulya Hijab. Pemberian nama Ulya Hijab berasal dari nama terakhir dari mbak Isni masrufatul ulya, sedangkan hijab merupakan representasi dari produk-produk yang akan dibuat yang menyorok pada produksi hijab atau kerudung. Berdirinya ulya hijab sejak 2015 yang mana awal mulanya belum memiliki nama karena kain yang dibeli hanya beberapa meter saja, belum sebanyak sekarang ini dan membuat kerudung sesuai orderan. selain karena produksi, awal mula berdirinya ulya hijab juga masih didominasi oleh media sosial dan mencari *costumers* dengan cara menawarkan kesana kemari.

3. visi dan misi ulya hijab

- a. Visi Ulya Hijab
Setinggi mungkin harapan untuk berkembang hingga akhirnya mencapai di pasar global
- b. Misi Ulya Hijab
 - 1) Selalu update dan memunculkan model hijab yang kekinian
 - 2) Memanfaatkan perkembangan teknologi dengan *market place*
 - 3) memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli.

4. Produk-produk ulya hijab

Produk ulya hijab memiliki banyak banyak peminat, rata-rata berbahan dasar dari Jersey, Ceruty, Diamond, Pollycotton, dan Wolfis. Berikut produk ulya hijab saat ini:

- a. produk berbahan Jersey:
jersey adalah bahan yang identik yang digunakan untuk pembuatan kaos, jersey sendiri terdiri dari wol, kapas dan serat sintetis.¹⁴⁷ Produk ulya hijab yang berbahan dasar jersey, adalah:
 - 1) Pepita
 - 2) Lolita
 - 3) Yasna
 - 4) Nayla
 - 5) Baby naura
 - 6) Baby syakila
 - 7) Baby sofia
 - 8) Baby rose up
 - 9) Baby nagita
 - 10) Amora
 - 11) Mecca
 - 12) Serut renda
 - 13) Jersey sport
 - 14) Jersey daily
 - 15) Khimar jelita
 - 16) Khimar amanda
 - 17) Khimar belinda
 - 18) Khimar Meyda

¹⁴⁷ Bryan, "Yuk,Cari Tahu kelebihan dan Kekurangan Jenis Bahan Jersey UntukKaos", Tshirt Bar, 18 Juni, 2019, diakses pada 25 November 2021 pukul 20:30 WIB, <https://tshirtbar.id/jenis-bahan-jersey/>

b. Produk berbahan dasar ceruty babydoll:

Ceruty babydoll adalah bahan kain yang tidak mudah kusut, leboh lentur dan sangat nyaman untuk digunakan¹⁴⁸. Ceruty babydoll banyak digunkana diproduk hijab khususnya untuk bahan dasar pembuatan pashmina ceruty.

- 1) Pashmina pliskit full
- 2) Pashmina softped
- 3) Maryam pliskit
- 4) Pet maryam pliskit
- 5) Shiril
- 6) Shiril tiedie
- 7) Khimar gesper
- 8) Khimar gotik
- 9) Siria tassel

c. Produk berbahan dasar pollycotton:

Pollycotton adalah bahan yang sering digunakan untuk pembuatan hijab, bahannya dikenal lebih nyaman, mudah menyerap keringat, adem, dan fleksibel.¹⁴⁹

- 1) Segiempat daisy
- 2) Segiempat daun
- 3) Segiempat arumi
- 4) Segiempat shema
- 5) Segiempat reina
- 6) Segiempat pliskit
- 7) Segiempat bella

d. Produk berbahan dasar diamond:

Bahan diamond adalah bahan yang memiliki tekstur yang sedikit kasar seperti jeruk dan memiliki warna yang bervariasi.¹⁵⁰

- 1) Maryam

¹⁴⁸ “Mengenal Bahan Ceruti”, Bahan Kain.com, 9 Agustus, 2019, diakses pada 25 November 2021 Pukul 20:25 WIB.

<https://www.bahankain.com/2019/08/10/mengenal-bahan-ceruti>

¹⁴⁹Dayang Puspita Ranupani, “5 Hal yang Wajib Kamu Ketahui tentang Bahan Polycotton”, Popbela.com, 4 April, 2021, diakses pada 25 November 20:21 WIB <https://www.popbela.com/fashion/style-trends/amp/dayang-puspita-ranupani/hal-mengenai-bahan-polycotton>

¹⁵⁰ Karwati Putu Latief, “Pashmina Bahan Diamond, Mendukung Gaya Penampilan yang Nyaman”, 27 Februari, 2020, diakses pada 25 November 2021 20:18 WIB <https://www.harapanrakyat.com/2020/02/pashmina-bahan-diamond-mendukung-gaya-penampilan-yang-nyaman/>

- 2) Pet maryam
 - 3) Maryam jumbo
 - 4) Pet maryam jumbo
 - 5) Maryam tiedie
 - 6) Pet maryam tiedie
 - 7) Talisa
 - 8) Lavina
- e. Produk berbahan dasar wolfis:

Bahan wolfis merupakan salah satu bahan pakaian yang menjadi primadona terutama untuk membuat pakaian muslimah. Bahan wolfis banyak dikenal sebagai bahan kain yang terbuat dari campuran serat sutra, katun, serta serat sintetis. Namun ternyata pendapat tersebut adalah keliru. Karena pada kenyataannya, bahan Wolfis terbuat dari 100% serat polyester.¹⁵¹

- 1) Qiana
- 2) Rampel Renda
- 3) Simpel Pet
- 4) Rampel Polos
- 5) Pet Tali Rempel
- 6) Pet Lipit
- 7) Melida
- 8) Khodijah

5. Sarana dan Prasarana

a. Sarana

Sarana yang menunjang akan mempermudah dalam perkembangan usaha, dengan itu produk yang dihasilkan akan mengalami peningkatan.

Tabel 4.1

Sarana Produksi Ulya Hijab

Alat	Jumlah
Wol	3 unit
Obras	2 unit
Jahit	9 unit
Laser	1 unit
mesin potong	2 unit
Smartphone	2 unit

¹⁵¹ Nandy, "Bahan Wolfis: Karakteristik, Kelebihan & Kekurangannya", Gramedia Blog, 12 November, 2021, https://www.gramedia.com/best-seller/bahan-wolfis/#Apa_Itu_Bahan_Wolfis

Strika	
--------	--

b. Prasarana

Fasilitas pendukung lainnya menunjang segala keperluan yang ada, baik dari proses produksi, pengemasan maupun pendistribusian barang. Prasarana yang baik akan meningkatkan semangat dalam bekerja seperti:

- 1) Tersedianya tempat sholat
- 2) Tersedianya kamar mandi dan tempat wudhu
- 3) Tersedianya lahan parkir yang cukup memadai
- 4) Akses jalan yang cukup untuk dilewati.

B. Deskripsi data penelitian

Data penelitian diperoleh langsung dari narasumber, yakni orang-orang yang bersangkutan dengan penjualan ulya hijab. Data hasil penelian didapatkan selama masa penelitian dan diolah serta disajikan menggunakan analisis data

Tabel 4.2
Narasumber Penelitian

Identitas Narasumber	Usia Narasumber	Bidang Pekerjaan	Kode Narasumber
Isni Marufatul Ulya	27 Tahun	Owner	N1
Septi	28 Tahun	Reseller	N2
Umaroh	29 Tahun	Reseller	N3
Kholifaturrasyidah	31 Tahun	Reseller	N4
Khusnul Khotimah	17 Tahun	Admin	N5
Rini Agustina	22 Tahun	Konsumen	N6
Heni Permatasari	22 Tahun	Konsumen	N7
Afdiana Fajar Diannisa	22 Tahun	Konsumen	N8

1. Data Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media Sosial Dan Reseller Selama Pandemi Covid-19 Di Ulya Hijab.

Setiap produsen pasti akan melakukan banyak inovasi untuk mengembangkan usahanya, sekaligus untuk menggait pasar yang lebih luas. Produsen biasanya tidak hanya

mengandalkan diri sendiri melainkan juga menggait rekan bisnis yang tujuannya memperbanyak jaringan dengan orang lain. Seperti halnya Ulya Hijab yang juga menggait banyak orang atau biasa dikenal dengan reseller. Antara ulya hijab dan reseller pasti memilikir strategi pemasaran guna menunjang penjualan

a. Product

Produsen akan berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berbeda-beda dan memiliki ciri khas, serta diminati oleh banyak orang khususnya *Costumers* setia. Produk yang berkualitas juga menjadi dambaan setiap orang. Produk yang berkualitas dilihat dari segi jahitan, bahan, keselarasan benang, dan pengemasan yang baik. Dibuktikan dengan lengkapnya alat-alat produksi untuk menunjang produksi.

Produk yang memiliki kualitas yang baik akan di minati banyak orang. Hal tersebut diungkapkan oleh Mbak Septi (28 Tahun) salah satu reseller yang mengatakan bahwa respon kerudungnya sangat bagus, produknya ori, bahannya bagus. Bahan ceruty nya halus dan jahitannya rapi.¹⁵²

Pernyataan yang disampaikan oleh Mbak Septi juga selaras dengan pernyataan Mbak Kholifah (31 Tahun), bahwa jahitan yang dihasilkan bagus, tapi terkadang produknya itu terbatas baik model, stock dan warna.¹⁵³

Pendapat lain juga disampaikan oleh Mbak Umaroh (29 Tahun), yakni barangnya memang memuaskan, tapi ada 1-2 orang yang kurang puas. Hal itu wajar.¹⁵⁴

Hal serupa juga disampaikan pemilik Ulya Hijab Mbak Isni (27 Tahun) yang terus menjaga kualitas produknya bagaimanapun keadaannya, Yang jelas kita harus jaga kualitas kemudian disiasati dengan harga, dipungkiri atau tidak itu pesaing itu cenderung harganya lebih murah. kita tidak ikut menurunkan harga tapi

¹⁵² Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, Dirumah Mbak Septi, Wawancara 2

¹⁵³ Kholifah, diwawancarai oleh penulis, 19 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak Kholifah, wawancara 4 transkrip

¹⁵⁴ Umaroh, diwawancarai oleh penulis, 17 November 2021, pukul 19:45 WIB, dirumah mbak umaroh, wawancara 3 transkrip

disiasati dengan jaga kualitas.¹⁵⁵ dan juga karena kami selalu menerapkan kejujuran dalam setiap halnya, apalagi ini ibaratnya untuk makan kami sehari-hari.¹⁵⁶

Hal lain juga disampaikan Mbak Khusnul (17 Tahun), bahwa produk yang dikeluarkan di Ulya hijab dan semua produk yang dibuat diusahakan menutup dada.¹⁵⁷

Reseller biasanya juga menyetok barang untuk menjamin ketersediaan produk. Menghindari stok yang habis. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh, Mbak Septi (28 Tahun) bahwa Selama masa pandemi, mbak septi nyetok dari ulya hijab lebih disedikitkan karena penjualan agak menurun.¹⁵⁸

Hasil dari wawancara diatas, produk-produk yang dihasilkan dari Ulya hijab memiliki kualitas yang terjamin dan selalu menjaga kualitasnya. Terbukti dari respon yang positif dari produk-produk yang dikeluarkan. Produk yang dikeluarkan juga diutamakan menutup dada, sesuai syariat Islam. Reseller ulya hijab biasanya menyetok produk. Selain itu, produk-produk dari ulya hijab juga sudah sesuai dengan karakteristik produk dalam pemasaran syariah yang mengedepankan realistik, humanistik, transparansi dan juga kejujuran.

b. *Price (Harga)*

Jumlah penjualan produk ditentukan oleh harga yang ditawarkan, dengan menentukan harga pembelian perpcs, seri, lusin maupun kodian. Harga tersebut juga mempengaruhi jumlah barang yang akan dibayar, dan barang apa saja yang dapat mereka beli. Hal ini selaras dengan pernyataan Mbak Isni (27 Tahun) dan Mas Kholiq (28 Tahun), sebagai berikut: reseller biasanya terpaut harga 3-4 ribu dan media sosial di *up* dengan harga lebih dari itu, dikhawatirkan terjadi perang

¹⁵⁵ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak Isni, wawancara 1 transkrip

¹⁵⁶ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak Isni, wawancara 1 transkrip

¹⁵⁷ Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, dirumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

¹⁵⁸ Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, dirumah Mbak Septi, Wawancara 2, transkrip

harga.¹⁵⁹ Syarat menjadi reseller itu pertama melakukan pembelian minimal 3 pcs, setelah itu akan dimasukkan kedalam grup reseller. kalau udah ambil banyak nanti masuk harga partai.¹⁶⁰

Setiap bidang usaha memiliki alat pembayaran gunanya mempermudah dalam penjualannya. Ulya hijab memiliki alat pembayaran menggunakan via bank biasanya BRI maupun BCA gunanya lebih mempermudah orang untuk melakukan pembayaran.¹⁶¹

Hal tersebut juga selaras dengan yang disampaikan oleh Mbak Septi (28 Tahun), bahwa harganya sesuai di grup, kalauambilnya seri minimal 10 pcs harganya dikurangi. kalau seragaman juga dikurangi.¹⁶²

Harga yang berbeda di berikan karena ada faktor lainnya, Faktor hubungan baik juga memiliki dampak yang cukup baik dirasakan oleh reseller seperti mendapatkan harga yang berbeda. Hal ini disampaikan oleh Mbak Umaroh (29 Tahun), bahwa harga yang saya dapatkan itu selisih 2-3 ribu dari grup reseller ulya hijab atau selisih harga saat barang dibeli secara seri atau kodian. Mbak Umaroh mendapatkan harga segitu karena sudah adanya kesepakatan antara saya dengan produsen. Mungkin, didorong adanya hubungan baik antara kami sejak awal berdirinya ulya hijab.¹⁶³

Mbak Isni (27 Tahun) memberikan informasi bahwa Pemberian harga yang sama digrup untuk sebagian besar resellernya, seperti juga kami menerapkan harga yang sama kepada pembeli/reseller kami. Agar tidak timbul rasa iri.¹⁶⁴

¹⁵⁹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁶⁰ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁶¹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁶²Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, Dirumah Mbak Septi, Wawancara 2, transkrip

¹⁶³ Umaroh, diwawancarai oleh penulis, 17 November 2021, pukul 19:45 WIB, dirumah mbak umaroh, wawancara 3 transkrip

¹⁶⁴ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

Hasil dari wawancara diatas, harga yang ditetapkan antar reseller itu sama, tapi yang membedakan hanyalah jumlah pembeliannya dan beberapa faktor lainnya. Jika membeli dengan jumlah yang banyak seperti pembelian seri permodel maka akan mendapatkan potongan sebesar 2 ribu. Dan harga yang diupload di media sosial lebih mahal dari harga di Reseller guna menghindari perang harga antar pedagang yang nantinya akan berdampak pada penjualan produk dan juga tidak akan merugikan reseller. Menghindari perang harga sudah sesuai dengan aturan penetapan harga yang mencegah adanya distorsi pasar. Namun, perbedaan harga diberikan untuk memberikan keuntungan kepada reseller karena dijual kembali kepada konsumen. Tapi, harga yang ditetapkan berbeda-beda antar orang dan hal tersebut tidak dapat mencontohkan keadilan.

c. Place

Tempat merupakan faktor pemasaran yang memberikan gambaran nyaman, mudah dijangkau, strategis dan memiliki fasilitas lengkap merupakan idaman semua orang. Selain nyaman, tempat yang bersih juga akan menambah nilai tersendiri, baik pembeli maupun penjual tidak akan merasa risih. Tempat yang bersih akan memberikan nilai tambah oleh Pembeli. Hal ini selaras dengan pernyataan Mbak Khusnul (17 Tahun) dalam wawancara, tempat yang digunakan Ulya Hijab itu terjaga kebersihannya, dan juga tersedia tempat untuk sholat sehingga sholatnya tidak tertinggal.¹⁶⁵

Penempatan barang yang baik akan mempermudah pembeli untuk melihat ketersediaan barang dan mengambilnya. Walaupun beberapa sudah diambilkan, banyak diantaranya yang ingin memilih sendiri sesuai pilihan mereka. Hal ini juga dibenarkan oleh Mbak Septi (28 Tahun) bahwa konveksinya strategi, tertata rapi kalau ambil stock juga nggak bingung karena ada namanya di setiap rak sehingga mempermudah mengambilnya.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, dirumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

¹⁶⁶ Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, Dirumah Mbak Septi, Wawancara 2, transkrip

Lokasi yang mudah dijangkau, akan mempermudah pembeli untuk datang ke lokasi, seperti hasil wawancara Mbak Kholifah (31 Tahun) mengatakan bahwa lokasi standar konveksi, tapi akses jalannya rada sempit namun cukup strategis dan mudah untuk di cari.¹⁶⁷

Rumah produksi sekaligus tempat penjualan mempermudah pelayanan pembeli, akan mudahnya mengetahui ketersediaan barang yang ada. Hal ini dipaparkan oleh Mbak Isni (27 Tahun) sebagai berikut: yang pertama, karena orang tua yang dulunya produksi pertama itu dirumah orang tua secara otomatis, berkelanjutan sampai saat ini. Dan untuk penjualan di situ karena lebih nyaman juga untuk mengambil stock dan menjualnya lebih dekat.¹⁶⁸

Hasil wawancara diatas, lokasi yang dipilih merupakan rumah dari orang tua owner yang sekaligus rumah produksi dan penjualan, lokasi yang dijadikan tempat usaha sangat strategis dan menjamin kelancaran pengiriman barang serta memberikan kemudahan seperti tempat sholat dan kebersihan menjadikan hal yang penting guna memberikan pelayanan yang terbaik untuk pembeli. Serta dapat meningkatkan kepribadian spritual seseorang

d) *Promotion*

Promosi yang jujur dan tidak berlebihan merupakan hal yang selalu dijunjung oleh setiap penjual, khususnya pengusaha yang menerapkan pemassaran syariah. promosi yang jujur akan memberikan keyakinan tersendiri untuk pembelinya tanpa harus selalu melakukan bualan. Semakin banyak kebohongan yang disampaikan, maka akan mudah menghilangkan rasa kepercayaan konsumen kepada produk ulya hijab. Hal ini juga dipaparkan oleh Mbak Isni (27 Tahun) dan Mas Kholiq (29 Tahun), sebagai berikut Ulya hijab

¹⁶⁷ Kholifah, diwawancarai oleh penulis, 19 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak Kholifah, wawancara 4 transkrip

¹⁶⁸ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

menerapkan pemasaran syariah yang jujur dan terbuka seperti mencantumkan harga, bahan dan gambar setiap kali upload di Instagram dengan promosi yang jujur, tidak dibuat-buat. Promosi yang jujur akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produksi yang sedang dibuat.¹⁶⁹

Program penjualan antar daerah juga menjadi titik awal Ulya Hijab, hal ini dipaparkan oleh Mbak Isni (27 Tahun) dan Mas Kholiq (29 Tahun), bahwa dulu itu pertama kali dengan online, dan bakul pertama kali itu dari brebes dan Ngawi. Kalau yang offline itu di Surabaya itu pasar papasan dan pasar ampel, semakin kesini penjualan lebih condong ke penjualan online.¹⁷⁰

Hal ini juga selaras dengan penjelasan dari Mbak Khusnul (17 Tahun), bahwa promosi yang dilakukan dengan metode-metode yang baik dan tidak menggunakan hal yang dilarang agama, seperti menjelek-jelekan produk lain di postingan di Whatsapps, Instagram, Facebook, Shopee baik oleh owner maupun reseller ulya hijab.¹⁷¹

Hal ini juga sejalan dengan yang disampaikan mbak Septi (28 Tahun), bahwa penjualannya natural tidak buat konten, iklan, hanya menyebar link shopee dan grup facebook. Grup facebook yang isinya reseller saat ini anggotanya sudah 1.800 orang. kalau instagram belum terlalu aktif karena Terlalu ngabisin kuota.¹⁷²

Selain itu, Mbak Umaroh (29 Tahun) juga menyatakan hal yang serupa bahwa Mbak Umaroh memasarkan produk itu dengan shopee, tokopedia, elevenia, bukalapak, instagram, facebook, Whatsapps.¹⁷³

¹⁶⁹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, di rumah mbak isni, wawancara 1 transkrip

¹⁷⁰ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, di rumah mbak isni, wawancara 1 transkrip

¹⁷¹ Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, di rumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

¹⁷² Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19:44 WIB, di rumah Mbak Septi, Wawancara 2, transkrip

¹⁷³ Umaroh, Wawancara oleh penulis, 17 November 2021, pukul 19:36 WIB, di rumah Mbak Umaroh, wawancara 3, transkrip.

Hasil wawancara diatas menunjukkan promosi yang baik, memiliki media sosial dan rajin *posting* akan mempermudah orang mengetahui produk yang kita miliki salah satunya membuat grup, media sosial merupakan sarana yang paling memadai untuk melakukan jual beli. Ulya hijab tidak suka menjelek-jelekan produk lain, serta jujur dan amanah dalam menyampaikan informasi dari harga, bahan dan gambar dipostingn instagram, facebook, maupun lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa produk-produk yang dihasilkan dari Ulya hijab memiliki kualitas yang terjamin dan selalu menjaga kualitasnya. produk-produk dari ulya hijab juga sudah sesuai dengan karakteristik produk dalam pemasaran syariah yang mengedepankan realistis, humanistik, transparansi. Reseller ulya hijab sering menyetok produk dan menjual secara offline, saat pandemi berlangsung reseller dan ulya hijab lebih aktif menggunakan media sosial, seperti membuat grub dan sebar link. Media sosial ulya hijab aktif membuat konten video dan mengupload produk dengan memberikan detail harga, dan bahan. Harga disesuaikan dengan reseller menjauhi distorsi harga. Ulya hijab tidak suka menjelek-jelekan produk lain, serta jujur dan amanah dalam menyampaikan informasi dari harga, bahan dan gambar dipostingn instagram, facebook, maupun lainnya.

2. **Data Kendala Dan Solusi Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media Sosial Dan Reseller Selama Pandemi Covid-19 Di Ulya Hijab**
 - a. **Kendala dalam penerapan strategi pemasaran syariah menggunakan media sosial dan reseller selama pandemi covid-19 di Ulya Hijab**

Pemasaran syariah sejatinya merupakan pemasaran dengan menggunakan syariat agama islam sebagai pelaksanaanya. Pemasaran syariah menjauhi hal-hal yang dilarang, semua itu untuk kebaikan konsumen dan kebaikan bersama. Tak dapat dipungkiri bahwa dalam pemasaran syariah juga membutuhkan dukungan dari reseller dan media sosial untuk mempromosikan, dan menjual barang. Penggunaan Media sosial dan

reseller tidak akan dipungkiri akan mengalami kendala, khususnya dimasa pandemi covid-19 seperti saat ini.

Pemasaran syariah sejatinya merupakan pemasaran dengan menggunakan syariat agama islam sebagai pelaksanaanya. Pemasaran syariah menjauhi hal-hal yang dilarang, semua itu untuk kebaikan konsumen dan kebaikan bersama. Tak dapat dipungkiri bahwa dalam pemasaran syariah juga membutuhkan dukungan dari reseller dan media sosial untuk mempromosikan, dan menjual barang. Penggunaan Media sosial dan reseller tidak akan dipungkiri akan mengalami kendala, khususnya dimasa pandemi covid-19 seperti saat ini.

Seperti Turunnya daya beli masyarakat yang mengakibatkan penurunan pendapatan. Pandemi berdampak sangat banyak terhadap minat jual-beli masyarakat. Tak dapat dipungkiri berimbas pada jumlah barang yang terjual, maupun keuntungan yang didapatkan.

Penurunan penjualan tidak hanya dirasakan oleh penjual saja, namun juga dirasakan oleh reseller produk ulya hijab, apalagi bagi mereka yang *notabene* menjual dengan skala yang sedikit. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh mbak Isni (27 Tahun) bahwa contoh pada pandemi permintaan menurun mau tidak mau, mereka berfikir tetap memproduksi dengan jumlah yang dibatasi.¹⁷⁴

Penurunan penjualan juga dirasakan oleh reseller ulya hijab, Mbak Umaroh (29 Tahun) bahwa penjualannya nggak terlalu turun nggak terlalu naik tergolong stabil. Tapi, bisa dikatakan penjualan sedikit mengalami penurunan diawal pandemi.¹⁷⁵

Hal tersebut juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh mbak Septi (28 Tahun), bahwa selama masa pandemi, nyetok dari ulya hijab lebih sedikit karena penjualan agak menurun. dan kalau ada stok jadi rebutan karena resellernya banyak. lama

¹⁷⁴ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁷⁵ Umaroh, Wawancara oleh penulis, 17 November 2021, pukul 19:36 WIB, di rumah Mbak Umaroh, wawancara 3, transip.

diproses pengemasan karena ulya hijab sistemnya PO waktu pandemi dibuat sesuai pesanan.¹⁷⁶

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh mbak Dian (22 Tahun), yang menyampaikan bahwa jumlah produksi yang dikurangi akibat pandemi. Selain itu, jumlah produksi ulya hijab yang dikurangi dikarenakan sedikitnya minat beli.¹⁷⁷

Pada penjualannya ulya hijab menerapkan sistem barang diambil kemudian membayar, namun tidak serta merta memaksa harus membayarnya dengan lunas, jika reseller tetap ada kekurangan boleh dibayar dikemudian hari. Hal ini dilakukan agar antara pembeli dan pemilik saling memiliki hubungan baik.

Bahan baku dalam produksi merupakan hal krusial, Sulitnya UMKM mendapatkan bahan baku berdampak pada proses produksi dan akan terancam berhenti. Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku sangat dirasakan oleh owner ulya hijab. Harga bahan baku yang semakin melonjak juga mengakibatkan proses produksi juga mengalami peningkatan dan juga kelangkaan. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh mbak Isni (27 Tahun) bahwa harga bahan baku seperti benang, dan kain yang semakin naik mengakibatkan harga dari produk yang ulya hijab dibuat mengalami kenaikan sedikit.¹⁷⁸

Namun, ulya hijab terus berupaya harga yang mereka jual pas untuk dikantong semua kalangan. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh mbak Khusnul (17 Tahun) bahwa harga yang ditawarkan tidak murah dan tidak mahal pas untuk dikantong pelajar dan mahasiswa ataupun reseller yang sudah bekerja.¹⁷⁹

¹⁷⁶ Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, di rumah Mbak Septi, Wawancara 2, transkrip

¹⁷⁷ Afdiana Fajar Diannisa, Wawancara oleh penulis, 20 Desember 2021, pukul 17:00 WIB, di rumah Mbak Dian, Wawancara 8, transkrip

¹⁷⁸ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, di rumah mbak isni, wawancara 1 transkrip

¹⁷⁹ Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, di rumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

Diawal pandemi covid-19 berlangsung proses pengiriman mengalami keterlambatan, karena adanya pembatasan mobilitas yang membuat terhambatnya proses distribusi juga menjadi kendala yang bisa dikatakan merugikan banyak orang khususnya ke luar kota sangat dirasakan oleh konsumen yang berada di luar Kudus, mereka harus menunggu lebih lama. karena waktu diawal pandemi harus menunggu lebih lama karena ada pembatasan pengiriman barang oleh pemerintah.¹⁸⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh mbak Isni (27 Tahun), bahwasannya pengiriman untuk luar Kudus mengalami keterlambatan saat awal pandemi berlangsung. Untuk yang di luar kota waktu awal pandemi mengalami sedikit keterlambatan, karena adanya pembatasan dari pemerintah.¹⁸¹

Dapat dikatakan bahwa pengiriman saat pandemi mengakibatkan produksi mengalami hambatan, konsumen memilih untuk menunggu sampai aturan tersebut dicabut. Konsumen lebih suka menggunakan jasa pengiriman yang cepat sampai dengan resiko harga yang cukup tinggi jika dimasa normal.

Adanya pesaing tak dapat dipungkiri kehadirannya berdampak pada penjualan produk ulya hijab. Persaingan ini berupa produk yang dibuat menyerupai produk ulya hijab, atau harga dari produk yang sama dijual dengan harga yang murah. Produsen ulya hijab juga menyadari adanya pesaing ini, dan mengantusiasinya dengan tetap menjaga kualitas. Seperti yang disampaikan Mbak Isni (27 Tahun), sebagai berikut dipungkiri atau tidak itu pesaing itu cenderung harganya lebih murah. Kita tidak ikut menurunkan harga tapi disiasati dengan jaga kualitas.¹⁸²

¹⁸⁰ Heni Permatasari, Wawancara via whatsapp oleh penulis, 18 Desember 2021, pukul 11:00 WIB, di rumah masing-masing, Wawancara 7, transkrip

¹⁸¹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁸² Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

Hal yang sama juga disampaikan oleh mbak Umaroh (29 Tahun), bahwa pada saat ini banyak sekali penjual yang menjual barang yang sama dengan harga lebih rendah. Tapi, saya yakin semua pasti bakal balik lagi pilih ulya hijab.¹⁸³

Selain beberapa kendala diatas, juga muncul kendala lainnya yakni kurang maksimalnya promosi di media sosial yang saat ini dilakukan oleh ulya hijab. Hal ini diperkuat oleh Mbak Khusnul (17 Tahun) yang notabene admin ulya hijab, sebagai berikut pemaparannya yakni kesulitan dalam menarik perhatian konsumen melalui media sosial sangat saya rasakan karena instagram yang saya pegang saat ini merupakan instagram baru milik ulya hijab sehingga perlu usaha untuk menarik konsumen tanpa mengeluarkan budget yang banyak dan tanpa iklan. Untuk facebook kami menggunakan halaman yang diikuti sekitar 120 orang, hal ini karena kurangnya promosi di halaman ulya hijab yang baru.¹⁸⁴

Hal ini membuktikan bahwa kendala yang saat ini dihadapi ulya hijab bukan hanya untuk proses produksi juga padahal yang lainnya juga.

Dari Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang saat ini terjadi dari penurunan daya beli diawal pandemi yang mengakibatkan omset menurun. Terbatasnya jumlah produk yang dibuat meresahkan reseller. Harga bahan baku yang naik mengakibatkan meningkatnya harga produk barang. Distribusi barang keluar kota yang memperlambat terkirimnya barang. Semakin hari semakin bermunculan pesaing yang meniru produk, memberikan harga yang lebih murah, dan sulitnya perkembangan promosi dengan media sosial yang dimiliki.

¹⁸³ Umaroh, diwawancarai oleh penulis, 17 November 2021, pukul 19:45 WIB, dirumah mbak umaroh, wawancara 3 transkrip

¹⁸⁴ Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, dirumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

b. Data solusi dalam penerapan strategi pemasaran syariah menggunakan media sosial dan reseller selama pandemi covid-19 di ulya hijab

Solusi sangat dibutuhkan untuk kemajuan usahanya, setiap perusahaan membutuhkan solusi yang berbeda-beda dan tidak dapat disamaratakan. Solusi yang dibutuhkan ulya hijab sesuai dengan kendala yang dihadapinya, guna solusi untuk meningkatkan performa perusahaan.

Penurunan penjualan akibat pandemi covid-19 memang tidak dapat dipungkiri dan hal tersebut dirasakan oleh ulya hijab baik produsen maupun reseller.

Menghadapi penurunan dari penjualannya, ulya hijab melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan kembali penjualannya. Hal ini juga dipaparkan oleh Mbak Isni (27 Tahun), yakni dari awal ulya hijab sudah bermain strategi jual beli online. Jadi lebih ke update gambar baik gambar *stock* dan gambar model kerudung yang sedang ready, kemudian di share di Whatsapp grup dan mengadakan sale produk sewaktu-waktu.¹⁸⁵

Mendapatkan strategi yang tepat diharapkan meningkatkan penjualan ulya hijab dan reseller dimasa pandemi covid-19. Saat ini banyak reseller yang mengeluhkan terbatasnya jumlah produk yang dibuat, sehingga mereka merasakan kekecewaan. Respon dari ulya hijab menanggapi hal seperti yang dipaparkan oleh Mbak Isni (27 Tahun), Untuk stok saat ini ulya hijab terus perbaiki, ulya hijab berupaya membuat stok yang sedikit lebih banyak dari biasanya biar semuanya dapat dan juga tidak kelebihan stoknya.¹⁸⁶

Bahan baku yang mahal menjadi salah satu faktor penyebab menjauhnya pelanggan terhadap ulya hijab, diketahui saat ini banyak yang mencari barang yang murah dengan kualitas yang baik. Hal ini juga

¹⁸⁵ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁸⁶ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

dipaparkan oleh Mbak Isni (27 Tahun), sebagai berikut: Dulu, ulya hijab mencari kain yang harganya sama namun akibatnya kain itu tipis. Sampai berakibat pada pengembalian produk. Jadi, sekarang menaikkkan sekitar 1-2 ribu per pcs dengan standar kualitas yang sama seperti diawal.¹⁸⁷

Menaikkan harga barang merupakan langkah yang diambil ulya hijab demi mempertahankan kualitas produk dan mempertahankan reseller serta peminat produk ulya hijab.

Harga yang naik itu juga menimbulkan banyak pesaing bermunculan dengan menawarkan harga yang lebih murah, namun tidak diketahui bagaimana kualitas produk tersebut. Seiring bermunculnya para produsen hijab yang hampir mirip maka ulya hijab melakukan beberapa langkah antisipasi setelah mengetahui hal tersebut. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Mbak Isni (27 Tahun), bahwa Persaingan sih nggak, yang jelas ulya hijab harus jaga kualitas kemudian disiasati dengan harga, dipungkiri atau tidak itu pesaing itu cenderung harganya lebih murah. ulya hijab tidak ikut menurunkan harga tapi disiasati dengan jaga kualitas.¹⁸⁸

Mau tidak mau harus mengikuti perkembangan agar tetap bertahan, itulah tantangan yang harus dijalankan seperti membuat produk yang memiliki kegunaan multifungsi seperti hijab *plus* masker, apalagi diawal pandemi semua orang harus memakai masker.¹⁸⁹ Selain itu, ulya hijab juga terus memikirkan membuat produk yang terbaru dan lebih beragam.¹⁹⁰

Meningkatkan kualitas dari produksi sangatlah bermanfaat untuk menarik perhatian pembeli. Penyelesaian dan pengemasan merupakan hal yang sangat krusial, jika salah sedikit akan berakibat fatal.

¹⁸⁷ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkip

¹⁸⁸ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkip

¹⁸⁹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkip

¹⁹⁰ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkip

Produksi dari ulya hijab juga di ucapkan oleh mbak Septi (28 Tahun) yakni Responnya itu sangat bagus karena produknya ori, bahannya bagus. Bahan cerutnya halus dan jahitannya rapi.¹⁹¹

Hal ini jelas membuktikan bahwa ulya hijab terus memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumennya. Selain itu, produsen tidak menganggap produsen hijab lainnya dan tidak berupaya melakukan persaingan bisnis. Owner ulya hijab berupaya meningkatkan kualitas dan memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini selaras dengan pendapat Mbak Isni (27 Tahun), bahwa pengemasan dan pengiriman dilakukan dengan Whatsapps, jadi admin nantinya akan merekap pesanan yang sudah masuk kemudian mengambilkan barang dan akan di kemas kemudian dikirim sesuai pemesanan.¹⁹²

Selain pesaing yang semakin bermunculan dan memberikan penawaran harga yang rendah. Diawal pandemi juga terjadi kendala pengiriman yang mana menimbulkan keresahan baik oleh produsen, reseller maupun konsumen. Namun hal ini sudah diatasi oleh pemilik ulya hijab dan suaminya. Solusinya yakni kami himbaukan akan ada keterlambatan dan pihak ulya hijab mencoba berkomunikasi terhadap pihak jasa pengiriman langganan kami untuk mempercepat pengiriman.¹⁹³

Selain semua solusi yang diberikan untuk ulya hijab yakni kendala akibat promosi yang kurang efektif oleh pihak ulya hijab. Semakin hari semakin melakukan pengembangan dengan melakukan beberapa hal seperti yang disampaikan oleh mbak Khusnul (17 Tahun), bahwa untuk solusinya mungkin dengan bantuan promosi dari akun pribadi owner kemudian sering upload, sebar link, buat video tentang detail produk sehingga mampu menarik minat pemirsa.¹⁹⁴

¹⁹¹ Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, Dirumah Mbak Septi, Wawancara 2

¹⁹² Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁹³ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

¹⁹⁴ Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, dirumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

Promosi sangat penting, apalagi setelah pandemi ini berlangsung, semua serba ingin mudah, cepat dan tidak ribet. Jadi, promosi dimedia sosial sangatlah penting dan dapat menunjang penjualan produk.

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa solusi yang diambil ulya hijab dengan adanya penurunan penjualan yakni dengan mencari strategi yang tepat dan mengadakan sale produk sewaktu-waktu. Keterbatasan produk disiasati dengan penambahan jumlah yang tidak banyak, dan tidak berakibat pada *mendeknya* stok. Bahan-bahan yang naik dulu disiasati dengan mencari harga yang sama namun dengan kualitas yang berbeda namun seiring waktu kualitas produk disamakan dengan konsekuensi menaikkan produk 1-2 ribu per pcs. Keterlambatan pengiriman juga menjadi dampak yang cukup berakibat pada jumlah penjualan. Apalagi distribusi merupakan hal yang sangat penting saat ini, ulya hijab menginformasikan jika akan ada keterlambatan pengiriman dan mencarikan solusi yang terbaik untuk konsumennya. Persaingan yang semakin ketat diproduksi hijab membuat ulya hijab berupaya terus meningkatkan kualitas, dan membuat inovasi produk seperti modelnya. Promosi yang baik yakni dengan upload, sebar link, buat video/konten untuk mempromosikan produk ulya hijab.

C. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media Sosial dan Reseller Selama Pandemi Covid-19 di Ulya Hijab.

Ulya hijab memanfaatkan reseller untuk meningkatkan penjualan hal ini dibuktikan dengan terkenalnya ulya hijab dan dapat memasuki pasar Jawa Timur, serta terjualnya produk-produk terbaru dari Ulya Hijab.

Setiap pengusaha pasti membutuhkan strategi yang tepat untuk menunjang usahanya, strategi tersebut sudah terlebih dahulu melalui berbagai proses panjang dari diskusi dan percobaan.

Strategi adalah tindakan yang sifatnya selalu meningkat, dan dilakukan dengan perspektif tentang harapan para

konsumen di masa yang akan datang.¹⁹⁵ Strategi dapat diibaratkan sebagai tombak tujuan perusahaan kedepannya.

a. Product

Hasil penggarapan produk yang baik akan menciptakan pelayanan dan kepuasan tersendiri bagi konsumen, Karakteristik pemasaran syariah suatu produk yakni realistis, humanistik, transparansi dan kejujuran¹⁹⁶

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas, produk-produk yang dihasilkan dari Ulya hijab memiliki kualitas yang terjamin dan selalu menjaga kualitasnya. Terbukti dari respon yang positif dari produk-produk yang dikeluarkan. Produk yang dikeluarkan juga diutamakan menutup dada, sesuai syariat Islam.

Produk Ulya hijab dapat dikatakan realistis karena memiliki kualitas yang baik dan itu disetujui oleh para costumersnya. Dapat dikatakan humanistik karena produk yang dihasilkan mendahulukan kepuasan costumers dan menghasilkan berbagai model. Selain itu, Setiap detail produk juga dijelaskan, tanpa ada yang ditutup-tutupi baik oleh produsen maupun reseller secara offline maupun online.

b. Price

Harga merupakan hal yang paling rentan dalam sebuah usaha, karena mudah menimbulkan masalah. Seorang produsen maupun reseller akan menetapkan harga dengan sesuai. Pengambilan keuntungan bervariasi, dimana dia menjual produk ulya hijab mulai 3-5 ribu.

Seorang penjual dilarang melakukan monopoli harga dan melakukan hal-hal yang dilarang seperti : Pedagang dilarang menjual barangnya lebih tinggi, tidak diperbolehkan memberikan harga yang berbeda, tidak diperbolehkan memanipulasi harga, harga yang ditawarkan harus sama dengan harga pedagang lain,¹⁹⁷

¹⁹⁵ Husein Umar, *Strategic Management In Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), 31.

¹⁹⁶ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 125-126.

¹⁹⁷ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, 132-134

Melakukan kecurangan saat berjualan dengan melakukan hal-hal yang dilarang dalam penetapan harga akan merugikan banyak orang dan tidak akan disukai oleh Allah.

Hasil dari wawancara diatas, harga yang ditetapkan antar reseller itu sama, tapi yang membedakan hanyalah jumlah pembeliannya. Jika membeli dengan jumlah yang banyak seperti pembelian seri permodel maka akan mendapatkan potongan sebesar 2 ribu. Dan harga yang diupload di media sosial lebih mahal dari harga di Reseller guna menghindari perang harga anaar pedagang yang nantinya akan berdampak pada penjualan produk.

Ulya hijab sudah menjauhi hal-hal yang dilarang terbukti dengan pemberian harga yang sama kepada semua reseller dan memberikan potongan harga jika membeli dengan jumlah yang banyak, dan resellernya juga sudah melakukan hal yang sama, bedanya keuntungan yang diambil antar reseller berbeda-beda karena dari pihak ulya hijab tidak menentukan keuntungan yang harus diambil antar reseller. Ulya hijab juga menjauhi distorsi harga dipasaran.

c. **Place**

Setiap penjual offline menginginkan mendapatkan tempat yang strategis untuk berjualan, hal ini bertujuan untuk mempermudah pembeli mengakses lokasi dan mempermudah pembeli untuk melihat produk-produk yang ditawarkan. Lokasi yang strategi biasanya lokasi yang berada disamping jalan raya, atau jalan yang biasa dilalui oleh banyak orang.

Tempat yang strategis akan mempermudah konsumen menjangkaunya merupakan penerapan dari prinsip Islam bahwa manusia adalah wakil Allah SWT.¹⁹⁸

Hasil wawancara diatas, lokasi yang dipilih merupakan rumah dari orang tua owner yang sekaligus rumah produksi dan penjualan, lokasi yang dijadikan tempat usaha memberikan kemudahan seperti tempat sholat dan kebersihan menjadikan hal yang penting

¹⁹⁸ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, 129-131.

guna memberikan pelayanan yang terbaik untuk pembeli.

Lokasi ini dipilih karena lebih dekat dengan jalan yang dilalui banyak orang dan memiliki fasilitas pendukung, selain itu lokasi ulya hijab bersih dan tertata rapi dirak, sehingga pembeli lebih mudah memilih barang yang akan dipilih.

d. Promotion

Promosi merupakan hal yang penting khususnya saat ini ulya hijab juga berjualan di media sosial yang harus banyak melakukan promosi. Promosi dilakukan dengan berbagai cara dengan posting di story, di media sosial ulya hijab maupun di akun pribadi owner ulya hijab.

Iklan yang beretika merupakan ciri dari pemasaran syariah, iklan yang beretika akan memasukkan unsur spiritual, kreatif, dan yang terpenting tidak keluar dari hukum agama Islam.¹⁹⁹

Hasil wawancara diatas menunjukkan promosi yang baik, memiliki media sosial dan rajin *posting* akan mempermudah orang mengetahui produk yang kita miliki, media sosial merupakan sarana yang paling memadai untuk melakukan jual beli. Pandemi berlangsung reseller ulya hijab aktif membuat grup untuk mendapatkan rekan kerja yang banyak.

Hal ini sesuai dengan iklan yang beretika karena ulya hijab melakukan promosi yang baik, tanpa melakukan janji-janji atau melebih-lebihkan suatu produk. Selain itu, reseller ulya hijab juga rajin dalam memposting produk semakin rajin memposting produk akan semakin menarik banyak pelanggan. Dengan catatan tidak mengumbar janji-janji dan tidak menjelek-jelekkan produk lain.

Hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa Ulya hijab Dapat disimpulkan bahwa produk-produk yang dihasilkan dari Ulya hijab memiliki kualitas yang terjamin dan selalu menjaga kualitasnya. produk-produk dari ulya hijab juga sudah sesuai dengan karakteristik produk dalam pemasaran syariah yang

¹⁹⁹ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, 132-134.

mengedepankan realistis, humanistik, transparansi. Reseller ulya hijab sering menyetok produk dan menjual secara offline, saat pandemi berlangsung reseller dan ulya hijab lebih aktif menggunakan media sosial, seperti membuat grup dan sebar link. Media sosial ulya hijab aktif membuat konten video dan mengupload produk dengan memberikan detail harga, dan bahan. Harga disesuaikan dengan reseller menjauhi perang dagang.

2. Kendala Dan Solusi Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media Sosial Dan Reseller Selama Pandemi Covid-19 di Ulya Hijab

a. Kendala dalam penerapan strategi pemasaran syariah menggunakan media sosial dan reseller selama pandemi covid-19 di ulya hijab

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada ulya hijab dan resellernya menunjukkan bahwa kendala yang saat ini terjadi dari ulya hijab perlu diatasi dengan baik. Jika terlambat maka akan memberikan dampak yang cukup besar seperti penurunan daya beli yang mengakibatkan omset menurun namun proses produksi harus tetap dilakukan walaupun dengan mengurangi jumlah barang yang akan diproduksi. Seorang pemasar harus segera mencari inovasi produk untuk meningkatkan kembali permintaan pembelian saat mencapai fase penurunan penjualan.²⁰⁰ Proses ini jangan sampai dilakukan jika omzet dan penjualan sudah sampai titik terendah. Contoh pada pandemi permintaan menurun mau tidak mau, ya kami berfikir tetap memproduksi.²⁰¹

Pendapat tersebut sudah sangat sesuai karena bagaimanapun pemilik usaha harus berupaya memutar otak untuk meningkatkan performa penjualan kembali.

Keterbatasan stok yang mengakibatkan tingginya permintaan produk saat pandemi berangsur membaik, namun tidak dibarengi jumlah stok yang banyak. Kalau ada stok jadi rebutan karena resellernya banyak. lama

²⁰⁰ Tengku Firlis Musfar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2020), 12.

²⁰¹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

diproses pengemasan karena ulya hijab sistemnya PO waktu pandemi dibuat sesuai pesanan.²⁰²

Produk yang terbatas, harga yang dibuat mahal dan berkualitas tinggi merupakan ciri dari konsep produksi²⁰³

Sulitnya bahan baku dan harganya yang semakin menanjak menjadikan produsen harus memutar otak agar usahanya terus berjalan dengan produk barang yang harganya tidak terlalu mahal namun dengan kualitas yang tetap terjaga. Harga bahan baku naik sudah dialami sejak 2021 namun kenaikan ini masih bisa diatasi. Tapi, kenaikannya semakin hari semakin bertambah Selain itu, harga bahan baku seperti benang, dan kain yang semakin naik mengakibatkan harga dari produk yang kami buat mengalami kenaikan sedikit.²⁰⁴

Seperti yang terjadi akhir-akhir ini pada bulan oktober terjadi kenaikan yang melejit pada Kota Bandung, apalagi hal itu terjadi disaat para produsen berusaha bangkit dari pandemi covid19, hal ini sangat berpengaruh sekali.²⁰⁵

Pendistribusian produk juga penting banyak sekali saat ini terdapat jasa pengiriman barang dengan harga yang bermacam-macam dan dengan kualitas pengiriman. Distribusi yang digunakan ulya hijab yakni fungsi distribusi fisik, distribusi fisik yang diangkut oleh produsen ke konsumen yang dilakukan dengan berbagai cara agar dapat tersalurkan.²⁰⁶

Saat awal pandemi pemerintah memberikan pembatasan atas aktifitas yang tidak bersifat penting dan untuk kemaslahatan bersama. Hal ini dikeluarkan

²⁰² Septi, Wawancara oleh penulis, 15 November 2021, pukul 19.44 WIB, di rumah Mbak Septi, Wawancara 2, transkrip

²⁰³ I Putu Gede Sukaatmadja, dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Manajemen Pemasaran Pariwisata*, (Klaten: Lakeisha, 2020), 21.

²⁰⁴ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

²⁰⁵ Tim Portal Bandung Timur, “Baru Memulai Usaha, Harga Bahan Baku Tekstil Naik Melejit”, Portal Bandung Timur, 15 Oktober 2021. <https://portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-942807062/baru-memulai-usaha-harga-bahan-baku-tekstil-naik-melejit>

²⁰⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2016), 50.

untuk membatasi kegiatan masyarakat baik diluar kota maupun dalam kota.

Hal ini tercantum dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri nomor 15 Tahun 2021 tentang pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat darurat *corona virus disease* 2019 di wilayah jawa dan bali²⁰⁷ yang dilaksanakan pada tanggal 3-20 Juli 2021. Untuk yang di luar kota waktu awal pandemi mengalami sedikit keterlambatan, karena adanya pembatasan dari pemerintah.²⁰⁸

Aturan tersebut cukup mengganggu kegiatan distribusi pada awal diterapkannya, lambat laun proses distribusi bisa kembali seperti sedia kala, karena sudah adanya pemahaman penjaga area penyekatan untuk memperbolehkan transportasi jasa pengiriman non sembako memasuki daerah-daerah.

Semakin hari semakin bermunculan pesaing yang meniru produk, memberikan harga yang lebih murah, tapi tidak disertai dengan kualitas yang memadai Pada saat ini banyak sekali penjual yang menjual barang yang sama dengan harga lebih rendah. Mbak Umaroh yakin semua pasti bakal balik lagi pilih ulya hijab.²⁰⁹

Pebisnis syariah tidak diperbolehkan melakukan curang, karena kecurangan akan merugikan mitra kerjanya. Sikap curang akan muncul dalam bentuk permainan takaran, ukuran, timbangan dan ketidaksesuaian harga dengan harga semestinya.²¹⁰

Promosi merupakan kendala yang cukup penting saat ini, apalagi semakin berjalannya waktu media sosial merupakan sarana yang pas untuk melakukan penjualan. Mengingat, yakni agar produk dapat diingat oleh konsumen tanpa batas waktu,

²⁰⁷ Instruksi Menteri Dalam Negeri, “15 Tahun 2021, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat *Corona Virus Disease* 2019 Di Wilayah Jawa Dan Bali,”(2 Juli 2021)

²⁰⁸Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

²⁰⁹ Umaroh, diwawancarai oleh penulis, 17 November 2021, pukul 19:45 WIB, dirumah mbak umaroh, wawancara 3 transkrip

²¹⁰Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 67-97.

menjaga perhatian konsumen, dengan harapan setelah melakukan promosi konsumen akan melakukan pembelian.²¹¹

Selain itu, kesulitan dalam menarik perhatian konsumen melalui media sosial sangat dirasakan karena instagram yang s saat ini merupakan instagram baru milik ulya hijab sehingga perlu usaha untuk menarik konsumen tanpa mengeluarkan budget yang banyak dan tanpa iklan. Untuk facebook kami menggunakan halaman yang diikuti sekitar 120 orang, hal ini karena kurangnya promosi di halaman ulya hijab yang baru.²¹²

Perlu adanya solusi yang tepat untuk mengatasinya apalagi perkembangan zaman semakin melesat dengan cepat.

Hasil analisis diatas kendala yang dialami ulya hijab yakni penurunan penjualan diawal pandemi covid-19 berlangsung. Reseller mengalami kesulitan mengatasi permintaan produk dengan stok yang sedikit. Meningkatnya harga bahan baku produksi, terjadinya keterlambatan pengiriman diawal pandemi akibat pembatasan mobilitas oleh pemerinah, semakin bermunculnya pesaing dan kurang aktif, dan kurang berkembangnya media sosial ulya hijab saat ini.

b. Solusi dalam penerapan strategi pemasaran syariah menggunakan media sosial dan reseller selama pandemi covid-19 di ulya hijab

Ulya hijab terus melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan jumlah pembelian produknya dan meningkatkan semangat promosi terhadap reseller-resellernya. Dari awal ulya hijab sudah bermain strategi jual beli online. Jadi kita lebih ke update gambar baik gambar *stock* dan gambar model kerudung yang sedang ready, kemudian di share di Whatsapp grup dan mengadakan sale produk sewaktu-waktu.²¹³

Penurunan penjualan Seorang pemasar harus segera mencari inovasi produk untuk meningkatkan

²¹¹ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 24.

²¹² Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, dirumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

²¹³ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni, wawancara 1 transkrip

kembali permintaan pembelian saat mencapai fase penurunan penjualan.²¹⁴ Saat produksi sudah mengalami peningkatan, solusi penambahan produksi menjadi jalan satu-satunya. Untuk stok saat ini ulya hijab terus perbaiki, ulya hijab berupaya membuat stok yang sedikit lebih banyak dari biasanya biar semuanya dapat dan juga tidak kelebihan stoknya”²¹⁵

Produsen bersikap lebih aktif dalam update gambar digrup, agar mereka bisa memesan ulang jika warna yang dipilihnya sudah tidak tersedia lagi. Mengadakan sale produk juga dapat meningkatkan minat beli disertai dengan kualitas produksi yang bagus.

Solusi meningkatkan harga oleh ulya hijab cukup dirasakan oleh reseller ulya hijab, namun hal ini satu-satunya hal yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kualitas produk dan mempertahankan pelanggan.

Harga dapat memberikan dampak yang besar terhadap konsumen, karena harga dapat menciptakan persepsi atas kualitas dan kepuasan pembeli terhadap suatu produk.²¹⁶ Dulu, ulya hijab mencari kain yang harganya sama namun akibatnya kain itu tipis. Sampai berakibat pada pengembalian produk. Jadi, sekarang menaikkkan sekitar 1-2 ribu per pcs dengan standar kualitas yang sama seperti diawal.²¹⁷

Pendistribusian diawal pandemi mengalami keterlambatan dan produsen berupaya semaksimal mungkin agar dapat teratasi dengan cepat. Solusinya yakni memberikan himbauan akan ada keterlambatan dan mencoba berkomunikasi terhadap pihak jasa

²¹⁴ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2020), 12.

²¹⁵ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

²¹⁶ Mariza Shabastian and Hatane Samuel, “Pengaruh Strategi Harga Dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty Di Tator Café Surabaya Town Square,” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 1 (2013): 3.

²¹⁷ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

pengiriman langganan kami untuk mempercepat pengiriman.²¹⁸

indeks tempat terdiri atas tempat dan lokasi yang strategis, keamanan tempat tertangani, fasilitas-fasilitas menunjang dan menarik, dan terpenting adanya kesediaan produk.²¹⁹

Ketersediaan produk dan ketersediaan fasilitas-fasilitas penunjang dapat menarik minat banyak orang karena tidak ribet dan praktis dapat dilakukan disatu tempat.

Meningkatkan kualitas dan terus menjaga kualitas produk seperti yang dilakukakn ulya hijab dalam setiap produknya. Strategi yang cocok untuk produksi dengan harga yang tidak mahal namun kualitas yang tidak murahan adalah strategi *bargain*. Strategi *Bargain* yaitu produk yang dihasilkan memiliki kualitas menengah dan dibandrol dengan harga murah, biasanya strategi seperti ini akan lebih menarik perhatian konsumen.²²⁰

Ulya hijab terus berupaya menghasilkan produk yang baik, dalam pengemasannya pun jika ada celah akan dipisah. Gunanya untuk menjadikan produk yang dijual adalah produk yang benar-benar berkualitas, dan tidak kalah dipasaran.

Persaingan tidak begitu dirasakan, hal yang terpenting yakni menjaga kualitas kemudian disiasati dengan harga, dipungkiri atau tidak itu pesaing itu cenderung harganya lebih murah. Ulya hijab tidak ikut menurunkan harga tapi disiasati dengan jaga kualitas.²²¹

Media sosial yang dikelola oleh Admin ulya hijab saat ini dirasa kurang efektif dan belum mampu

²¹⁸ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

²¹⁹ Endang Silaningsih dan P Utami, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan,” *Jurnal Sosial Humaniora* 9, no. 2 (2018):152..

²²⁰ Aris Ariyanto , dkk, *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi* (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 9.

²²¹ Isni, diwawancarai oleh penulis, 20 November 2021, pukul 18:44 WIB, dirumah mbak isni , wawancara 1 transkrip

untuk menggaet banyak orang untuk melakukan pembelian di ulya hijab. Namun, mereka terus berupaya meningkatkan kualitas media sosial. Untuk solusinya mungkin dengan bantuan promosi dari akun pribadi owner kemudian sering upload, sebar link, buat video tentang detail produk sehingga mampu menarik minat pemirsa.”²²²

Menginformasikan, yakni memberitahu pasar tentang adanya produk baru, dari manfaat, harga, cara kerja produk, dan keunggulan produk.²²³ Diharapkan mampu menunjang penjualan baik oleh produsen maupun resellernya.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa penurunan penjualan diatasi dengan mengadakan sale produk guna menarik perhatian konsumen, Ulya hijab menambah jumlah produksi barang mengurangi keterbatasan produk oleh reseller, menaikkan harga produk diakibatkan oleh naiknya harga bahan baku produksi, keterlambatan pengiriman diawal pandemi diatasi dengan produsen yang menginformasikan keterlambatan dan meminta jasa pengiriman memproses pengiriman dengan cepat, munculnya pesaing didunia industri hijab diatasi oleh produsen dengan meningkatkan dan menjaga kualitas produk dari jahitan, kain dan benang. Dan untuk media sosial dilakukan dengan lebih aktif mengupload gambar, menyebarkan link, membuat konten, dan lebih sering promosi di media sosial.

²²² Khusnul, diwawancarai oleh penulis, 25 November 2021, pukul 20:18 WIB, dirumah Mbak Khusnul, wawancara 5, transkrip

²²³ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 24.