

STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA TOKO IRMA SASIRANGAN DI KAMPUNG SASIRANGAN KOTA BANJARMASIN)

Jaya Saputra¹, Zakiyah, SS., MSI.², Agus Purnomo, SEI., MSI.³

¹Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

²FSI Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

²FSI Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

Jayaputra43@gmail.com/08558892404

ABSTRAK

Jaya Saputra, 2021, Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Toko Irma Sasirangan Di Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin) Skripsi, Program Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, Pembimbing : (I) Zakiyah, SS, MSI. (II) Agus Purnomo, SEI., MSI

Kain sasirangan adalah kain tradisional khas Suku Banjar yang sebagian besar berdomisili di Provinsi Kalimantan selatan. Adapun latar belakang penelitian ini adalah strategi pemasaran online kain sasirangan yang diterapkan oleh Irma Sasirangan apakah sudah sesuai dengan ekonomi syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran online ditinjau dari ekonomi islam, tujuannya adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Kain Sasirangan Di Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Metode penelitian adalah metode deskriptif dengan mewawancarai pemilik dan pelayan toko, ahli fiqh dan pembeli, Hasil penelitian menunjukkan, strategi pemasaran yang dijalankan Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 untuk meningkatkan jumlah pembeli adalah dengan menampilkan photo keadaan sebenarnya barang yang dijual online dan Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pembeli yang diterapkan oleh Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 ditinjau dari Ekonomi Syariah sudah memenuhi syarat dari pemesanan barang, aspek Ijab Qabul dan proses pembayaran

Kata kunci : strategi, pemasaran, kain sasirangan, Syariah

ABSTRACT

Jaya Saputra, 2021, Online Marketing Strategy in Increasing the Number of Buyers of Sasirangan Fabrics in Sasirangan Village, Banjarmasin City in the Perspective of Islamic Economics in Banjarmasin City in 2021. Thesis, Undergraduate Program, Sharia Economics Study Program, Islamic University Kalimantan MAB Banjarmasin, Supervisor : (I) Zakiyah, SS, MSI. (II) Agus Purnomo, SEI., MSI

Sasirangan cloth is a traditional cloth typical of the Banjar Tribe, most of whom are domiciled in the province of South Kalimantan. The background of this research is the online marketing strategy of Sasirangan cloth applied by Irma Sasirangan whether it is in accordance with Islamic economics. The formulation of the problem in this study is to find out online marketing strategies in terms of Islamic economics, the aim is to find out Online Marketing Strategies in Increasing the Number of Buyers of Sasirangan Fabrics in Sasirangan Village, Banjarmasin City. , fiqh experts and buyers. The results show that the marketing strategy carried out by the Irma Sasirangan Store in Sasirangan Village during the Covid 19 pandemic to increase the number of buyers was to display photos of the actual state of goods sold online and a marketing strategy to increase the number of buyers implemented by the store. Irma Sasirangan in Sasirangan Village during the Covid 19 pandemic in terms of the Islamic Economy has met the requirements of ordering goods, aspects of Ijab Qabul and the payment process

Keywords: strategy, marketing, sasirangan cloth, Sharia

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualannya. Dengan meningkatnya volume penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan mendapat laba yang diinginkan. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan

perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar. Perkembangan dunia usaha pada saat ini menunjukkan adanya gejala persaingan yang semakin meningkat ke arah penguasaan pasar secara luas. perusahaan besar maupun kecil, saling bersaing dan berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha supaya perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen yang membutuhkan. Untuk itu perusahaan harus mendapat pasar yang luas dengan metode strategi pemasaran yang telah di kuasai dengan baik. Dalam perkembangan perekonomian di negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia, dapat di rasakan adanya kemajuan yang pesat didalam aktivitas perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan.¹

Secara umum strategi dapat kita diartikan sebagai berbagai alternative pilihan yang dapat dilakukan oleh suatu organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi dinamis dari lingkungan sekitar serta berwawasan jangka panjang.² Kelebihan dari model baju sasirangan kombinasi ini selain lebih irit kain sasirangannya juga kita bebas untuk lebih berkreasi mendesain baju sasirangannya. Sehingga dapat dipastikan kalau jenis model baju Sasirangan kombinasi ini tidak akan ada yang menyamainya ketika dikenakan. Dalam pemasaran online harga 1 lembar kain sasirangan itu berkisar harga Rp 100.000 sampai Rp. 800.000. pelaku usaha di tengah pandemi ini mengalami kerugian dari segi penjualan seperti penjualan kain sasirangan di Kalsel. mereka mengalami penurunan tingkat minat pembelian kain sasirangan.

Tabel 1.1 Penjualan Kain Irma sasirangan Bulan April sampai Juni 2021

Penjualan (Bulan)	Jumlah Penjualan (Pcs)
April	863
Mei	688
Juni	955

Sumber: Penjualan Irma Sasirangan Tahun 2021

Berdasarkan data omset penjualan Kain Sasirangan pada Irma Sasirangan diatas, dapat diketahui walaupun saat ini sedang pandemi Covid 19 yang menyebabkan kelesuan ekonomi, Irma Sasirangan tetap mampu meningkatkan penjualan produknya dengan baik melalui penjualan online, walaupun penjualan tatap muka atau melalui jual beli langsung ditoko mengalami penurunan drastis tetapi strategi dengan menerapkan penjualan online mampu membuat Irma Sasirangan dapat bertahan dan menjual produk hasil produksinya sehingga walaupun dengan adanya Pandemi Covid 19 yang terjadi sejak tahun 2020 jumlah penjualan kain sasirangan sangat jauh menurun pada rata-rata Toko yang menjual kain sasirangan di kampung Sasirangan Banjarmasin, tetapi Irma Sasirangan tetap mampu menjual produknya dengan baik melalui solusi untuk memasarkan produknya secara *online*, yaitu memasarkan produknya di Internet melalui www.tokopedia.com maupun www.shoppe.com, sehingga setelah selama 2 tahun penjualan online malah lebih ramai daripada penjualan langsung, namun menurut informasi yang peneliti dapatkan penjualan online banyak mendapat kritikan dari pembeli karena barang yang dikirim tidak sesuai dengan gambar barang sehingga pembeli banyak kecewa, sedangkan dalam Agama Islam jual beli itu harus saling menguntungkan atau tidak terdapat unsur ketidakpastian apalagi penipuan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin)”

METODE

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti; kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka.³

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan apabila faktor penelitian tidak dapat dikuantifikasikan atau tidak dapat dihitung sehingga variabel tidak dapat diungkapkan dengan angka seperti persepsi, pendapat, anggapan dan sebagainya. Sampel menurut sugiyono “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan

¹ Agus Rahmar, *Pasar Modern di Indonesia*, <http://www.suarakarya-online.com/news>, dikutip pada tanggal 02 Juni 2021.

² M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Strategik pada Asuransi Syariah*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015). hlm. 63-64.

³ Sulisty-Basuki, *Metode Penelitian*, 78.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methodes)*, 2013, 116.

pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya. Oleh karena itu peneliti memiliki pertimbangan tertentu dalam menentukan dan mengambil sampel. Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik sampel yang diinginkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi pemasaran yang dijalankan Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 untuk meningkatkan jumlah pembeli

Kain Sasirangan yang merupakan kain khas Kalimantan Selatan ini cukup banyak peminatnya. Pembeli yang datang tak hanya warga Banua, tapi juga turis lokal domestik dan mancanegara. Namun, semenjak pandemi Covid-19 melanda dunia, termasuk Indonesia, hingga ke pelosok-pelosok daerah, semua aspek kehidupan seakan lumpuh. Termasuk sektor perkonomian yang terhantam sangat kuat.

Menurut Ibu isna selaku karyawan Irma Sasirangan, bahwa dampak Pandemi Covid 19 juga dirasakan para pelaku UMKM Kain Sasirangan di Banjarmasin. Dimana perputaran ekonomi tersendat-tersendat, bahkan ada yang terhenti. Banyak pelaku usaha yang bangkrut, tak sedikit pula bisnisnya yang gulung tikar. Untuk bertahan, perlu kekuatan dan keyakinan dalam menjalaninya sehingga dia ber inisiatif untuk melakukan penjualan secara online di shopee atau tokopedia untuk meningkatkan jumlah pembeli.

Hal ini juga di akui Ibu isna selaku karyawan Irma Sasirangan yang masih setia melayani pembeli. Meski orderan tak seramai kala sebelum pandemi Covid-19, tapi ia tetap menekuninya, menurutnya “Dulu, sebelum wabah Corona, dalam sebulan di bisa mengerjakan orderan hingga 40 lembar kain, paling minim 20 lembar kain. Motifnya, tergantung permintaan si pemesan. Tapi, saat ini kondisinya jauh berbeda. Orderan kain sasirangan jauh sekali berkurang, bahkan turun hingga 80 persen,” ujar Ibu isna selaku karyawan .⁵

Ibu Isna selaku karyawan juga menambahkan⁶, saat ini pedagang kain sasirangan yang biasanya order ditempatnya mengurangi pesanan. Itu juga, karena mereka mengalami permasalahan yang sama, yakni jumlah pembeli yang semakin berkurang, kegiatan keramaian banyak ditiadakan, seperti sekolah dan kampus yang tak menjalankan poses belajar mengajar tatap muka, acara perkawinan, kegiatan kedinasan dan agenda lain yang mesti diundur atau dibatalkan. Otomatis lah, secara tidak langsung berpengaruh juga bagi pengrajin sasirangan.

Biasanya kan ada saja, sekolah yang order kain sasirangan setiap tahun ajaran baru, atau perusahaan yang membeli secara kolektif, sehingga selama ini dalam membuat kain sasirangan hanya bekerja sendiri tanpa memperkerjakan . Biasanya dia sering menggunakan kain berbahan katun primisima, harganya untuk bahan kain biasa mulai dari Rp 100.000 sampai Rp.800.000. Satunya lagi, memakai kain katun sutera, harganya di jual mulai dari Rp 300.000 dengan ukuran 2 meter yang banyak disenangi pembeli online, sehingga diha hanya perlu memasang proto produk dengan corak dan warna yang beragam disertai harga, sehingga pembeli online punya pilihan yang disesuaikan dengan selera yang sesuai dengan produk yang disukai.

Menurut Ibu Isna bahwa “Bahan kain yang digunakan dan motif yang sulit akan mempengaruhi harga yang dijual. Makin mahal harga bahan kain dan tingkat kerumitan motifnya, akan semakin tinggi harga jualnya” terang pria ramah yang sudah belasan tahun menjadi pengrajin kain sasirangan, waktu semua masih berjalan normal, ia pernah mengerjakan pesanan dari pemerintah kabupaten Tanah Laut sebanyak 170 lembar baju sasirangan. Dan sebuah lembaga organisasi di Banjarmasin sebanyak 150 lembar baju sasirangan.

⁵ Wawancara dengan Ibu Hj. Lailani Lathifah, selaku Pemilik Irma Sasirangan Pemilik, Tanggal 16 Juni 2021

⁶ *Ibid*, Hj. Lailani Lathifah, selaku Pemilik Irma Sasirangan Tanggal 16 Juni 2021

Ibu Isna menambahkan⁷“Iya, sebelum pandemi, orderan lumayan banyak. Kain sasirangannya di kerjakan sendiri. Motifnya sesuai permintaan konsumen,” beber pemilik Irma Sasirangan ini, selama berkecimpung di dunia kain sasirangan dirinya juga tak pelit membagikan pengetahuannya dalam pembuatan kain sasirangan. Buktinya, ia sering diminta menjadi instruktur atau pelatih bagi masyarakat yang ingin jadi pengrajin sasirangan dengan bekerjasama dengan Dinas Perdagangan Kota Banjarmasin, H. Maskur diamanahi untuk menularkan ilmunya melalui pelatihan wirausaha baru pembuatan sasirangan dengan pewarna tekstil, sehingga “Alhamdulillah, sudah 3 kali dipercaya dan bekerjasama dengan Dinas Perdagangan Kota Banjarmasin untuk memberikan materi tentang proses pembuatan kain sasirangan, tepatnya pada tahun 2018, 2019, dan 2020 ini yang khusus mendalami pewarnaan sasirangan sintetis.

Menurut H. Maskur⁸, ada beberapa poin penting yang yang diberikan kepada peserta, seperti cara peletakan motif yang benar, trik menjelujur yang baik, bagaimana jahitan halus, besar atau teknik jahitan pecah, serta proses pencelupan dan pewarnaan sehingga total seluruhnya ada 30 peserta yang berasal dari 6 kelurahan. Kemudian seluruh peserta dibagi 3 kelompok, dimana 1 kelompok terdiri dari 10 peserta dengan bimbingan 1 instruktur.

2. Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pembeli yang diterapkan oleh Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 ditinjau dari Ekonomi Syariah

Sesuai dengan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada H. Maskur pemilik Irma Sasirangan kegiatan operasional dari mulai proses penjualan hingga pengiriman yang mengimplementasikan bisnis syariah melalui penjualan online dalam praktek kegiatan yang dilakukan sehari-hari, yaitu:

a. Menampilkan Foto Barang secara *Real pict* (asli)

Setiap produk yang ditawarkan pada akun penjualan online Irma Sasirangan merupakan produk yang *ready* (barang tersedia dijual). dan pemilik menjelaskan dalam wawancara, bahwa setiap gambar produk yang diupload pada online akun penjualan online Irma Sasirangan merupakan *real pict* (kondisi barang asli) tanpa adanya editan yang sudah disertai rincian keterangan mulai dari bahan, model, dan harga hal tersebut dilakukan agar konsumen mengetahui kondisi barangnya dengan jelas dan menghindarkan dari adanya penipuan yang sering terjadi pada bisnis online. Hal tersebut juga dilakukan karena Irma Sasirangan tidak menginginkan adanya ketidakjelasan pada kondisi barang dan tidak ingin konsumen kecewa ketika barang pesannya datang, walaupun hanya melakukan pembelian yang dilakukan melalui media online.

Dalam kurun waktu satu minggu, Irma Sasirangan membagikan gambar produk-produknya sekitar tiga hingga lima kali sesuai dengan barang produksi. Dalam setiap kali membagikan gambar Irma Sasirangan akan membagikan empat sampai sepuluh gambar yang disesuaikan dengan produk yang diproduksi. Setiap gambar yang dibagikan akan dilengkapi dengan keterangan-keterangan yang mengungkapkan mengenai detail dari produk yang di posting yang disebut dengan *caption*, sehingga konsumen dan calon konsumen yang melihat produknya dan selanjutnya jika tertarik bisa melakukan pembelian secara langsung melalui penjualan online.

Tetapi walaupun begitu semua kegiatan pada akun penjualan online akan dipantau sepenuhnya oleh pemilik Irma Sasirangan. Berikut penilaian konsumen yang membeli melalui penjualan online :

⁷ Wawancara dengan H.Maskur, Pemilik Irma Sasirangan, wawancara 27 Juni 2021

⁸ Ibid, H. Maskur. 27 Juni 2021

Berdasarkan gambar diatas, penilaian konsumen tersebut secara langsung menyatakan kepuasan setelah membeli produk di Irma Sasirangan melalui penjualan online, dengan begitu jelas bahwa implementasi ini juga dirasakan oleh para konsumen.

b. Menjalin Komunikasi yang Baik dengan Konsumen

Dalam proses melakukan penjualan secara online, Irma Sasirangan akan secara intensif memberikan konfirmasi seputar pembayaran dan pengiriman barang, hal ini dilakukan agar menjauhkan dugaan dari konsumen bahwa Irma Sasirangan akan melakukan penipuan setelah proses pembayaran. Hal tersebut juga dilakukan untuk memberikan informasi mengenai produk-produk, dan komplain untuk itu agar memberikan rasa aman terhadap konsumen Irma Sasirangan melengkapi dengan dengan biodata yang dapat dihubungi untuk komunikasi lebih lanjut dengan konsumen, bio tersebut tertera pada akun penjualan *online* antara lain shoppe. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan Irma Sasirangan:

“Bio (biodata) yang dicantumkan tentunya aktif dan dapat dihubungi, adapun komunikasi tersebut melalui, *whatsapp* atau langsung mengunjungi link penjualan online. Selain itu, komunikasi juga sering kali dilakukan dengan cara membalas komentar pada katalog yang ada di intagram maupun penjualan online. Adanya bio informasi tersebut akan memudahkan komunikasi lebih lanjut dengan konsumen dan sekaligus akan menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan konsumen setelah melihat produk yang dijual melalui penjualan online.”

Karena keterbatasan pemilik, bagian untuk memposting gambar, dan membalas segala bentuk komentar, pertanyaan dan komplain diserahkan kepada Ibu Isna selaku yang seringkali menjadi admin dan menangani bagian pemasaran.

3. Strategi Pemasaran untuk meningkatkan jumlah pembeli yang diterapkan oleh Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 ditinjau dari Ekonomi Syariah

a. Transaksi Menggunakan *Akad Bai' Assalam*

Dalam hal ini, secara umum transaksi jual beli yang secara online akan menggunakan akad bai assalam, yaitu dengan pembeli membayar terlebih dahulu kemudian pembeli akan mengirim barang. Sama halnya dengan Irma Sasirangan, setelah dilakukan nya kesepakatan antara penjual dan pembeli dan selanjutnya kedua pihak akan sepakat. kemudian jika sudah deal (sepakat) maka pembeli akan mentransfer sejumlah uang sesuai kesepakatan dan memberikan konfirmasi kepada pihak Irma Sasirangan setelah itu akan langsung dilakukan pengemasan untuk barang atau produk yang ready.

b. Proses Pengiriman Barang

Proses selanjutnya, setelah konsumen melakukan pembayaran yaitu dengan cara mentranfer uangnya sesuai dengan jumlah yang telah tertera pada harga barang pada katalog maka selanjutnya akan langsung dikonfirmasi oleh pihak Irma Sasirangan dan proses selanjutnya akan langsung pada tahap *packing* (pengemasan) yang untuk selanjutnya akan mengirim barang tersebut sesuai dengan alamat pembeli. Segala proses tersebut telah otomatis diatur melalui penjualan online yang nantinya jika penjual dan pembeli sudah melakukan transaksi jual beli, maka hubungan penjual dan pembeli telah terikat dan masing-masing juga harus mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh penjualan online. Dengan begitu walaupun transaksi ini terjadi melalui dunia maya tetapi alurnya tetap berjalan sangat aman dan jelas sehingga tidak ada yang saling merugikan ataupun dirugikan.

Berikut ini merupakan tahapan alur dari kegiatan operasional yang dilakukan Irma Sasirangan dimulai dari proses pemasaran, dari awal penjualan yang meliputi proses menampilkan foto hingga proses pengiriman barang oleh yang

mengimplementasikan bisnis syariah melalui penjualan online dalam praktek kegiatan yang dilakukan sehari-hari:

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti dapat merumuskan hasil penelitian sebagai berikut :

Alur di atas merupakan proses implementasi bisnis online syariah melalui penjualan online di Irma Sasirangan Banjarmasin. Pertama, dengan menampilkan foto barang secara *realpict* (asli) yang dilengkapi dengan spesifikasi seperti bahan, model, warna dan harga. Kedua, dengan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, lewat informasi bio (biodata) yang dicantumkan di akun media sosial instagram konsumen dapat langsung menghubungi melalui whatsapp ataupun langsung mengunjungi link penjualan online.

Ketiga, dengan adanya *sighat* (perjanjian) yang jelas yaitu dengan melakukan pembelian secara online melalui penjualan online maka penjual dan pembeli melakukan perjanjian atau kesepakatan dengan melakukan komunikasi melalui inbox (pesan masuk) yang telah disediakan oleh penjualan online. Keempat, secara umum transaksi jual beli yang secara online akan menggunakan akad bai' assalam, yaitu dengan pembeli membayar terlebih dahulu kemudian pembeli akan mengirim barang.

c. Penjualan Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin

Dari awal menjalankan penjualan bisnisnya, Irma Sasirangan memiliki dua metode penjualan yang digunakan. Pertama, Irma Sasirangan menggunakan metode offline, pada metode ini konsumen bisa dengan bebas datang dan mengunjungi pada saat buka, Irma Sasirangan dapat dikunjungi oleh konsumen secara langsung untuk melihat dan memilih produk yang sudah siap disediakan di. Hanya saja pada metode ini sangat memiliki keterbatasan yaitu cakupan konsumen sangat sempit, hanya meliputi tetangga dan warga terdekat. Kedua, Irma Sasirangan menjalankan penjualannya melalui penjualan online. Pada metode kedua ini cakupannya sangat luas, dapat sampai keluar kota bahkan luar negeri.

Dalam mempermudah metode penjualan melalui online yang dijalankan, disini Irma Sasirangan memiliki akun di beberapa penjualan online seperti pedia, Tokopedia dan shoppe, dan yang paling banyak diminati yaitu pada penjualan online shoppe.

Diantara kedua metode penjualan yang dijalankan oleh Irma Sasirangan memiliki persamaan yaitu menyediakan barang, dengan cara konsumen memilih barang yang diinginkan, lalu kemudian terjadilah pembelian. Namun diantara masing-masing metode yang dijalankan juga memiliki perbedaan, yaitu, konsumen yang mengunjungi langsung Irma Sasirangan secara langsung yaitu dengan offline bisa secara langsung melihat dan mencoba, sedangkan konsumen melalui media online hanya dapat melihat dan memilih barang melalui katalog yang disediakan pada akun Irma Sasirangan.

Menurut wawancara yang dilakukan mengenai peningkatan penjualan melalui penjualan online :

“Penjual dengan menggunakan metode online melalui penjualan online sangatlah meningkat, yaitu pada shoppe, Tokopedia, Instagram, facebook. Peningkatan melalui penjualan online didasari oleh banyak faktor, yaitu faktor cakupan pasar yang lebih luas, dengan menggunakan penjualan online konsumen tidak hanya dari daerah Banjarmasin melainkan hingga luar kota dan luar pulau bahkan luar negeri. Faktor lainnya yaitu promosi yang sering diadakan oleh penjualan online antara lain shoppe dan tokopedia juga mempengaruhi peningkatan penjualan.” Hal tersebut merupakan satu dari berbagai keuntungan yang didapatkan apabila melakukan bisnis melalui media online. Ibu Isna sebagai karyawan menjelaskan bahwa:

“Peningkatan penjualan juga sangat bergantung pada event hari-hari tertentu dan promosi yang disediakan oleh penjualan online , seperti promosi yang dilakukan pada

tanggal cantik, hari besar, dan ulang tahun penjualan online. Berbagai penjualan online seperti Tokopedia, Instagram dan shoppe kerap melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat, pada promosi itu disediakan berbagai macam diskon dimulai dari 5%-10% sehingga penjualan meningkat.”

Berikut dibawah ini merupakan data penjualan Irma Sasirangan baik secara online dan offline selama bulan April sampai Juni 2021.

Tabel 2
Penjualan Irma Sasirangan Banjarmasin bula April-Juni 2021

Penjualan (Bulan)	Jumlah Penjualan (Pcs)
April	863
Mei	688
Juni	955

Sumber: Penjualan Irma Sasirangan Tahun 2021

Dari data tabel di atas jelas menunjukkan bahwa penjualan Irma Sasirangan masih cukup ramai walaupun pada bulan mei mengalami penurunan, tetapi pada bulan Juni mulai meningkat lagi walaupun masih saat Pandemi Covid yang digambarkan tabel penjualan diatas.

Terlihat jelas perbedaan yang sangat signifikan bahwa melalui metode online terjadi peningkatan penjualan. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh Ibu Isna selaku karyawan, bahwa sejak awal didirikannya Irma Sasirangan penjualan secara offline lebih banyak daripada penjualan online, namun ketika pandemi penjualan online sudah sangat mendominasi. Penjualan setiap bulannya mengikuti model pakaian yang sedang banyak diminati oleh konsumen. Seperti yang dilihat di tabel, pada bulan April sampai Mei terjadi penurunan sebanyak 175 lembar pakaian, kemudian pada bulan Juni meningkat lagi sebanyak 267 lembar pakaian.

Meningkatnya penjualan setiap bulannya akan sangat dipengaruhi oleh model pakaian kain sasirangan yang sedang musim dimasyarakat. Adapun pendapatan yang didapatkan setiap bulannya tidaklah pasti, namun saat pandemi Covid 19 justru meningkat setiap bulannya.

Melalui wawancara, Ibu Isna sebagai karyawan Irma Sasirangan menjelaskan bahwa penjualan yang dilakukan melalui penjualan online memiliki cakupan pembeli yang sangat luas hingga sampai melakukan pengiriman ke luar kota Banjarmasin hingga pulau di luar Kalimantan ,Jawa dan sekitarnya. Selain itu, pelanggan yang dimiliki oleh Irma Sasirangan sendiri didominasi oleh konsumen dari penjualan online. Dalam hal ini, pengaruh pasar sangat besar dalam meningkatkan penjualan, hal tersebut merupakan salah itu keuntungan dalam melakukan metode bisnis melalui media online.

Bisnis syariah merupakan sebuah bentuk implementasi atau perwujudan dari aturan-aturan syari'at Allah yang ada. Sebenarnya bentuk dari bisnis syariah tidaklah jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu sebuah upaya dalam memproduksi barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhan pembeli. Namun terdapat aspek syariah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya, yaitu menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariah dan perintah Allah yang diwujudkan dalam hal bermuamalah.

Ada beberapa prinsip yang berkenaan dengan prinsip bisnis syariah, yaitu:⁹

⁹ Purkon Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2014.) hlm.11.

- a. Prinsip semua transaksi bisnis diperbolehkan, selama Al-quran dan sunah tidak mengharamkannya.
- b. Prinsip tidak diperbolehkan memakan harta orang lain (batil) membuat salah satu pihak teraniaya.
- c. Prinsip yang tidak mengandung unsur *dharar* (bahaya), *gharar* (tipuan, ketidakjelasan), *riba*, *maisir* (judi), *risywah* (suap), *maksiat* (dosa), kezaliman.

Sedangkan, bisnis online atau e-Bussnines merupakan suatu istilah yang digunakan untuk memberi nama pada kegiatan-kegiatan bisnis yang dilakukan melalui Internet. Bisnis ini didukung oleh berbagai istilah-istilah serba “e” seperti penjualan online, e-marketing, e-market, e-product dan berbagai istilah lainnya. Istilah-istilah itu menunjukkan bahwa kegiatan-kegiatan tersebut menyertai kegiatan bisnis online yang memanfaatkan internet.¹⁰

Bisnis online adalah bisnis yang dilakukan secara online dengan memajang barang dagangan secara virtual di internet, dengan menggunakan suatu layanan komunikasi dan media internet dan berbagai prosesnya melibatkan sebagian besar internet. Berbeda dengan bisnis tradisional adalah bisnis yang dilakukan secara offline atau pada umumnya menggunakan tempat dan secara langsung menjajakan barang dagangannya.¹¹

Bisnis online secara sederhana juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang meliputi kegiatan jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet. Jadi, bisnis online syariah sendiri adalah bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa.¹²

Jual beli online (Bisnis online) diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Sama halnya dengan bisnis online syariah yaitu merupakan bentuk transaksi bisnis, islam hanya mengatur nilai dan prinsip yang harus dijadikan pedoman dalam berbisnis. Karenanya bentuk-bentuk transaksi bisnis dapat berkembang sesuai perkembangan zaman, namun dengan tetap berpedoman pada aturan dasar yang telah ditetapkan dalam islam.¹³

Suatu transaksi atau akad dinyatakan sah jika sudah terpenuhi syarat dan rukunnya. Dalam syariah Islam ada beberapa rukun dan syarat berkaitan dengan transaksi, yaitu:¹⁴

- a. Adanya dua pihak atau lebih Dalam bisnis online, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku guna mencegah adanya pihak yang dirugikan. Kedua pihak tersebut harus memiliki pengetahuan sekaligus cakap dalam melakukan suatu transaksi.

- b. Adanya sighat akad

Sighat biasanya disebut dengan ijab dan qabul dalam suatu kegiatan transaksi. Ijab adalah penetapan dari suatu perbuatan tertentu yang menunjukkan keridhaan yang diucapkan pihak pertama, sedangkan qabul adalah orang yang berkata setelah orang yang mengucapkan ijab. Ijab qabul sendiri dapat dilakukan dengan cara, lisan, tulisan, surat, isyarat atau bentuk lain yang dapat memberikan sebuah pengertian dengan jelas mengenai ijab qabul.

¹⁰ Sutedjo Budi. *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis*. Manajerial dan Strategi. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta. 2001. hlm. 97.

¹¹ Friska Muthi Wulandari. *Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i. Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga*. No. 2 Vol.7 (2015). hlm 2.

¹² *Ibid*, hlm 3.

¹³ Purkon Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2014.) hlm.18.

¹⁴ *Ibid*, hlm 28-30.

Pada dasarnya ijab dan qabul yang diterapkan oleh bisnis online sama dengan praktik yang dilakukan bisnis dalam dunia nyata. Ijab kabul atau kesepakatan itu sendiri dapat dilakukan melalui berbagai media online. Dalam praktik bisnis online, kedua pihak tidak bertemu secara nyata, namun mereka bertemu dalam satu majelis yang biasa dinamakan dengan majelis maya.

c. Adanya objek akad

Barang atau jasa yang akan dijadikan objek harus sesuai dengan ketentuan syaria' yang ada yang sifatnya jelas dan diketahui oleh kedua belah pihak. Dalam praktek bisnis online harus memenuhi kriteria yang disyaratkan, yaitu barang yang halal, mempunyai nilai dan manfaat, memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi maupun keadaannya, serta dapat diserahkan pada waktu tempat (media) yang telah disepakati.

Berdasarkan teori di atas dan penelitian yang telah dilakukan peneliti, diperoleh beberapa hasil penelitian dari berbagai kegiatan operasional yang dilakukan, bahwasanya di Irma Sasirangan mengimplementasikan bisnis syariah melalui penjualan online dalam praktek kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Pada bab ini akan dibahas lebih lanjut mengenai pemaparan implementasi bisnis syariah melalui penjualan online di Irma Sasirangan Banjarmasin, sebagai berikut:

1. Menampilkan Foto Barang secara *Real pict* (asli)

Setiap produk yang ditawarkan pada akun penjualan online Irma Sasirangan merupakan produk yang ready (barang tersedia di). Dan pemilik menjelaskan dalam wawancara, bahwa setiap gambar produk yang diupload pada online akun penjualan online Irma Sasirangan merupakan realpict (kondisi barang asli) tanpa adanya editan yang sudah disertai rincian keterangan mulai dari bahan, model, dan harga hal tersebut dilakukan agar konsumen mengetahui kondisi barangnya dengan jelas dan menghindarkan dari adanya penipuan yang sering terjadi pada bisnis online.¹⁵

Dalam hal ini, yang dilakukan oleh Irma Sasirangan semata-mata karena ingin memberi perlindungan dan kenyamanan terhadap pembeli, serta hal tersebut akan secara tidak langsung menghindari ketidakjelasan pada kondisi barang dan tidak ingin konsumen kecewa ketika barang pesannya datang walaupun hanya melakukan pembelian yang dilakukan melalui media online. Dengan adanya hal ini maka pembeli tidak akan pernah merasa kecewa meskipun tidak melihat barang secara langsung. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Ustadz Khairul Saleh yang berdomisili di Kelurahan Sungai Lulut :

Dalam kehidupan manusia. Baik secara kelompok atau individu, manusia saling bergantung satu dan lainnya. Bisa juga disimpulkan manusia pasti memerlukan berupa barang atau benda lainnya dan untuk memerlukan barang tersebut, yang belum sepenuhnya milik kita, maka diperlukan jual beli untuk menjadikan barang tersebut milik kita, maka diperlukan nilai mata uang untuk membayar yang pembayaran tersebut namanya berbeda di setiap negara, Indonesia dengan Rupiah, dan negara lain ada Yen, Dollar, Riyal dan lain-lain.

Adapun dalam hukum Islam disebut Muamallah (Jual Beli), secara bahasa istilah mempertukarkan harta atau uang dengan harta benda yang bermuamalah bagi orang tersebut. Jenis jual beli dalam Islam terbagi 3 macam, menjual benda yang dilihat oleh penjual dan pembeli, menjual benda yang tidak dilihat oleh

¹⁵ Wawancara dengan H. Maskur pemilik Irma Sasirangan Banjarmasin, 20 Juni 2021

pembeli tetapi dinyatakan sifatnya oleh penjual (Online), menjual barang yang belum dilihat oleh penjual dan pembeli, misalnya menjual Ubi Kayu dalam tanah. Dalam jual beli ada 6 syarat, penjual dan pembeli harus baligh (berakal), tidak dipaksa dan harta sendiri atau wakil dari orang lain.

Harta yang dijual syaratnya benda itu suci dan manfaat, ada kata Lafaz atau akad dari penjual seperti “aku jual benda ini dengan harga..”. kemudian dijawab oleh pembeli “aku beli benda ini seharga..”, adapun syarat akad jual tersebut harus bersambung dan faham maknanya, tidak digantung dengan yang lain dan tidak dibatasi waktunya, jika syarat diatas tidak didapatkan maka tidak sah jual belinya.¹⁶

“Jika dilihat secara umum praktek berdagang kain sasirangan oleh Toko Irma Sasirangan di Seberang Masjid bila ditinjau dari etika bisnis Islam, maka apabila sudah mengamalkan prinsip siddiq, amanah, fatonah dan tabligh, maka sudah sesuai dengan etika Bisnis islam, karena dalam bisnis online yang sangat perlu diterapkan yaitu sikap siddiq dan amanah dimana apabila hal itu bisa diimplementasikan maka kepercayaan pembeli akan meningkat karena dengan adanya implementasi sikap siddiq akan memberikan keamanan terhadap pembeli dan menjauhkan dari adanya tadlis (penipuan) dalam bisnis online.”¹⁷

Menurut Peneliti, melalui wawancara tersebut beliau menjelaskan bahwasanya kejujuran sangatlah penting untuk diimplementasikan dalam suatu bisnis online. Segala upaya akan dilakukan oleh suatu bisnis agar membuat pembeli menyenangkan dan membeli produknya. Oleh karena itu, para produsen akan berusaha sekuat tenaga untuk memasarkan hasil produksi. Dalam memasarkan produksinya ada yang melakukan dengan cara-cara syariah, tetapi tidak jarang yang mengambil jalan pintas dengan meninggalkan kaidah-kaidah yang telah digariskan oleh ajaran agama. Salah satu cara untuk memasarkan produk dengan baik ke pembeli adalah dengan memperkenalkan keunggulan produknya tanpa menyembunyikan kelemahannya.¹⁸

Di dalam Islam, sangat menjunjung tinggi kepastian dan keterbukaan informasi di dalam jual beli. Dilarang menjual barang yang tidak jelas ukuran, kualitas, harga atau waktu (*gharar*). Salah satu nilai kejujuran dalam berbisnis adalah produk yang dijual harus jelas baik dari segi spesifikasi dan kondisinya.¹⁹

Karena dalam bisnis online kedua pembeli tidak saling bertemu, transaksi terjadi secara tidak langsung, dan pembeli tidak dapat melihat secara langsung barang yang akan ia beli. Oleh karena itu, kejujuran merupakan hal dasar yang harus dimiliki seorang penjual dalam memasarkan produknya dan kejujuran merupakan salah satu aspek syariah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya.

Dari berbagai pemaparan di atas jelas bahwa implementasi nilai kejujuran dalam bisnis syariah telah sesuai dengan teori bisnis syariah, terlebih lagi dalam bisnis online agar transaksi berjalan aman. Pada implementasi di Irma Sasirangan Banjarmasin yaitu menampilkan Foto Barang secara Realpict (asli) sejalan dengan teori dan pendapat para ahli yang didapatkan melalui wawancara.

2. Menjalinkan Komunikasi yang Baik dengan Konsumen

¹⁶ Wawancara dengan Ustadz Khairul Saleh, Tokoh Agama Kelurahan Sungai Lulut, Tanggal 20 Juni 2021

¹⁷ *Ibid.*, 20 Juni 2021

¹⁸ Mardani. *Hukum Bisnis Islam*. Jakarta: Prenadiah Group, 2014. hlm 94.

¹⁹ *Ibid.* 95.

Dalam proses melakukan penjualan secara online, Irma Sasirangan akan secara intensif memberikan informasi dan juga konfirmasi seputar pembayaran dan juga proses selanjutnya yaitu pengiriman barang, hal ini dilakukan agar menjauhkan dugaan dari konsumen bahwa Irma Sasirangan akan melakukan penipuan setelah proses pembayaran. Hal tersebut juga dilakukan untuk memberikan informasi mengenai produk-produk, dan komplain untuk itu agar memberikan rasa aman terhadap konsumen Irma Sasirangan melengkapi dengan dengan bio yang dapat dihubungi untuk komunikasi lebih lanjut dengan konsumen, bio tersebut tertera pada akun penjualan online antara lain shoppe. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan Irma Sasirangan:

“Bio yang dicantumkan tentunya aktif dan dapat dihubungi, adapun komunikasi tersebut melalui, whatsapp atau langsung mengunjungi link e-commerce. Selain itu, komunikasi juga sering kali dilakukan dengan cara membalas komentar pada katalog yang ada di instagram maupun penjualan online. Adanya bio informasi tersebut akan memudahkan komunikasi lebih lanjut dengan konsumen dan sekaligus akan menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan konsumen setelah melihat produk yang dijual melalui penjualan online²⁰.

Selanjutnya selain kejujuran pemilik Irma Sasirangan juga menjelaskan bahwasanya keterbukaan dan saling komunikasi juga merupakan hal penting dalam bisnisnya. Membangun komunikasi juga akan membangun kepercayaan dan menjauhkan kecurigaan konsumen terhadap penjual. Selanjutnya, berikut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ustadz Khairul Saleh, tokoh agama kelurahan Sungai Lulut. berikut paparan wawancara tersebut:

“Menjalin komunikasi yang baik dalam bisnis online dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengonfirmasi antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui media online. Adanya konfirmasi setelah konsumen melakukan pembayaran dalam bisnis online sangatlah penting, karena akan mencegah terjadi adanya kecurigaan antara penjual dan pembeli. Keterbukaan dalam jual beli juga diperlukan untuk meumbuhkan rasa saling percaya dan keridhoan dalam suatu transaksi dalam bisnis.”²¹

Dalam hal ini, kebiasaan mencurigai merupakan perbuatan yang bukan hanya menyiksa diri sendiri tapi juga akan menimbulkan ketidakharmonisan hubungan dengan sesama umat. Sebaliknya, mempercayai orang lain akan membangkitkan ketenangan batin dan juga akan terjalin hubungan persaudaraan yang lebih akrab.²²

Cara setiap pelaku bisnis untuk mendorong konsumennya untuk percaya sangatlah beragam. pada Irma Sasirangan membangun kepercayaan konsumen yaitu dengan cara menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen. Irma Sasirangan sangat memahami pentingnya kepercayaan konsumen dalam kelangsungan bisnis online. Irma Sasirangan tidak mendapatkan kepercayaan konsumen dengan cara yang cepat dan mudah, tetapi dengan membangunnya melalui komunikasi yang baik.

Pada implementasi point kedua ini sejalan dengan teori bisnis online syariah yang ada dan pendapat para ahli yang juga mengatakan bahwa komunikasi juga sangat diperlukan untuk keperluan konfirmasi setelah pembayaran. Karena dalam bisnis online penjual dan pembeli tidak bertatap muka dan bertemu secara langsung, dan jual beli hanya terjadi melalui media online

²⁰ Isna selaku karyawan, Wawancara, Irma Sasirangan Banjarmasin, 20 Juni 2021

²¹ Isna, wawancara dengan Karyawan Irma Sasirangan 28 Juni 2021

²² *Mardani. Hukum Bisnis Islam*. Jakarta: Prenadia Group, 2014.hlm. 108.

sehingga banyak terjadi penipuan. Oleh karena itu, dalam jual beli online sangat diperlukan adanya kepercayaan antara penjual dan pembeli.

3. Transaksi Menggunakan Akad Bai' Assalam

Secara umum transaksi jual beli yang dilakukan secara online akan menggunakan akad bai' assalam, yaitu dengan pembeli membayar terlebih dahulu kemudian pembeli akan mengirim barang. Sama halnya dengan Irma Sasirangan, setelah dilakukannya kesepakatan antara penjual dan pembeli dan selanjutnya kedua pihak akan sepakat. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga dilakukan lebih dahulu.²³

Kemudian jika sudah deal (sepakat) maka pembeli akan membayar yaitu dengan mentransfer sejumlah uang sesuai kesepakatan dan kemudian pihak akan memberikan konfirmasi kepada pihak Irma Sasirangan setelah itu akan langsung dilakukan pengemasan untuk barang atau produk yang ready.

Berikut proses transaksi dalam melakukan Bai' assalam:²⁴

1. Penjual dan pembeli melakukan sighthat (kesepakatan)
2. Pembayaran dilakukan dimuka
3. Penyerahan barang dilakukan dikemudian hari

Selanjutnya, wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ustadz Khairul saleh, Tokoh Agama Kelurahan Sungai Lulut untuk menambah pengetahuan seputar bai' assalam. Berikut paparan wawancara tersebut:

“Asalkan pada suatu usaha tersebut penjual yang memproduksi sendiri barang dagangannya dan tidak membeli dari produsen lain kemudian dia hanya menjual kembali maka boleh memakai bai' assalam dalam transaksinya. Dimana mekanisme bai' assalam adalah produsen tersebut memproses sendiri (produksi) dari hilir ke hulu produknya, kemudian pada saat proses penjualan pembeli membayar terlebih dahulu baru kemudian penyerahan barang.”²⁵

Jadi secara umum bisnis online jika sudah sesuai ajaran agama akan menggunakan bai' assalam karena pembayaran dilakukan dimuka. Pada point ketiga ini dalam penggunaan *bai' assalam* dalam bisnis online sudah sesuai dengan syariat yang ada, tetapi menurut penuturan narasumber mengatakan bahwasanya akad bai' assalam boleh diterapkan pada bisnis online dengan catatan jika bisnis tersebut memproses (memproduksi) barang dagangannya sendiri. Artinya barang yang dijual merupakan barang yang diproduksi sendiri atau bukan merupakan barang yang dibeli dari produsen lain (reseller).

4. Proses Pengiriman Barang

Setelah konsumen melakukan pembayaran yaitu dengan cara mentranfer uangnya sesuai dengan jumlah yang telah tertera pada harga barang pada katalog maka selanjutnya akan langsung dikonfirmasi oleh pihak Irma Sasirangan. Proses selanjutnya akan langsung pada tahap packing (pengemasan) yang untuk selanjutnya akan mengirim barang tersebut sesuai dengan alamat pembeli. Segala proses tersebut telah otomatis diatur melalui penjualan online yang nantinya jika penjual dan pembeli sudah melakukan transaksi jual beli, maka hubungan penjual dan pembeli telah terikat dan masing-masing juga harus mengikuti peraturan yang telah

²³ Purkon Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2014.hlm. 35

²⁴ Ustadz Khairul Saleh, wawancara dengan tokoh agama kelurahan Sungai Lulut pada tanggal 28 Juni

²⁵ Sunarto Kiflli, *Panduan Praktis Transaksi perbankan Syariah*, (Jakarta:Zikrul Hakim, 2007), hlm 42.

ditetapkan oleh penjualan online. Dengan begitu walaupun transaksi ini terjadi melalui dunia maya tetapi alurnya tetap berjalan sangat aman dan jelas sehingga tidak ada yang saling merugikan ataupun dirugikan.²⁶

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dijalankan Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 untuk meningkatkan jumlah pembeli adalah dengan menampilkan photo keadaan sebenarnya barang yang dijual online dan membina hubungan baik dengan pembeli yang dapat diukur dengan tingkat penilaian atau kepuasan pembeli yang telah membeli barang secara online.
2. Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pembeli yang diterapkan oleh Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 ditinjau dari Ekonomi Syariah sudah memenuhi syarat dari pemesanan barang adanya penjual dan pembeli, dari Objek Transaksi barang yang ditransaksikan ini termasuk barang yang bernilai dan sudah pasti ada ketika sudah disetujui dan pasti sesuai dengan yang dipesan, artinya bukan termasuk barang yang tidak jelas meskipun penyerahannya tidak langsung tapi menggunakan tempo namun telah ada pada waktu akad diadakan serta Obyek transaksi dapat menerima dan bisa diserahkan saat terjadinya akad dan diketahui bentuknya. Dari aspek Ijab Qabul atau kerelaan kedua belah pihak juga sudah sepakat baik harga, spesifikasi barang maupun penyelesaian orderan serta pengirimannya dan juga tidak ada unsur pemaksaan baik dari pihak pembeli maupun penjual dan antara ijab dan qabul terdapat kesesuaian. Mengenai Proses Pembayaran dilakukan dengan transfer rekening yang sudah diberikan bagian penjualan (kasir). Dalam hal ini sah menurut hukum islam, sebagaimana yang dijelaskan dalam pengertian akad salam bahwa yang dinamakan salam adalah jual beli yang pembayarannya di muka dan penyerahan barang di kemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta di sepakati sebelumnya dalam perjanjian.

Saran

1. Strategi pemasaran yang dapat dijalankan Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 untuk meningkatkan jumlah pembeli adalah dengan mengadakan COD melalui perantaraan Ekspedisi pengiriman barang, sehingga pembeli yang merasa barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar barang dapat menolak barang yang dikirimkan dan membatalkan transaksi sehingga menambah kepercayaan pembeli terhadap penjual barang.
2. Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pembeli yang diterapkan oleh Toko Irma Sasirangan di Kampung Sasirangan pada masa pandemi Covid 19 ditinjau dari Ekonomi Syariah sudah memenuhi syarat, namun perlu adanya kesepakatan antara penjual kain sasirangan satu dengan lainnya mengenai besaran harga yang diterapkan sehingga tidak ada permainan menjatuhkan harga sehingga dapat dihindari persaingan tidak sehat yang dapat merusak ukhwh Islamiah.

REFERENSI

- Ali Hasan, (2010) marketing Bank Syariah, Jakarta : Ghalia Indonesia
- Bimo Walgito. (2003). Psikologi Sosial, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi Offset
- Bimo Walgito, (2003) Psikologi Sosial, Edisi Revisi, Andi Offset. Yogyakarta
- Husein Umar, (2010) Desain Penelitian Manajemen Strategik, Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono, (2008) Gregorius Chandra, Dedi Adriana, Pemasaran Strategik, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Ismayanti, (2010) Pengantar Pariwisata, Jakarta: PT Gramedia Widisarana.
- Kasypul Anwar, Gt. Irahmani, (2020). Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Kain Sasirangan dan Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Daya Tarik Kota Banjarmasin Sebagai Destinasi Pariwisata. Jurnal ilmiah ekonomi bisnis Jilid 6 Nomor 1,.
- Alma, Buchari. (2013), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

²⁶Wawancara dengan Isna Karyawan Irma Sasirangan, 2 Juni 2021

- Freddy Rangkuti, (1998). Analisis SWOP teknik membedah kasus bisnis. Reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi Abad 21, Cetakan Ketiga, Bandung.
- Agus Rahmar, Pasar Modern di Indonesia, <http://www.suarakarya-online.com/news>, dikutip pada tanggal 02 Juni 2021.
- M. Nur Rianto Al Arif, Pemasaran Strategik pada Asuransi Syariah, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015).
- Makhul Ilmi, Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah, (Yogyakarta: UII Press, 2002)
- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, 2013
- Freddy Rangkuti, Analisis SWOP teknik membedah kasus bisnis. Reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi Abad 21, Cetakan Ketiga, Bandung, 1998.
- David, Fred R., Manajemen Strategi Konsep, Salemba Empat, Jakarta.2010
- Sondang P. Siagian, Manajemen Strategik, Jakarta: Bumi aksara, 2008
- Lewis Mulford Adams, dkk, Webster's World University Dictionary, Washington:D.C. Publisher Company, Inc, 1965.
- M. Arifin, Psikologi Suatu Pengantar. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008
- Gerge Stainer dan John Milner, Management Strategic, Jakarta: Erlangga. Husein Umar, Desain Penelitian Manajemen Strategik, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).
- Suryana, Kewirausahaan, Jakarta: Salemba Empat Patria, 2006.
- Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran, (Malang: UB Press, 2011).
- Dr. Basu Swastha DH., SE., MBA. Dan Ibnu Sukotjo W. SE, Pengantar Bisnis Modern, ed.3, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana, Pemasaran Strategik, (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2008).
- Philip Kotler, Marketing, (Alih Bahasa: Herujati Purwoko).
- Syarifuddin Amir, Garis-Garis Besar Fiqh, (Jakarta: Kencana, 2010), Cet 3
- Sabiq Sayyid, Fiqih Sunnah, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1983)
- Widjaja Gunawan, Kartini Muljadi, Seri Hukum Perikatan Jual Beli (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003) Cet 1
- Haroen Nasrun, Fiqih Muamalah, (Jakarta: gaya media pratama 2000).
- Abi Bakar Muhammad, Subulussalam juz III terjemahan, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1995), cet. 5.
- Lubis Ibrahim, Ekonomi Islam Suatu Pengantar, (Jakarta: Kalam Mulia, 1995).
- Ibnu Rusyd, Bidayatul Mujtahid, (Semarang: CV Asy-syfa, 1990), cet. ke-1, Moh. Mahfudin Aladip, Terjemahan Bulughul Maram, (Semarang: PT Karya Toha Putra, TT).
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan
- <http://travel.detik.com/> akses tgl 1 Juni 2021 13:00