

**STRATEGI MARKETING SYARIAH MELALUI MARKETPLACE
LAZADA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Kasus Toko Aries Beauty Store Banyuwangi)**

Lutfiatur Rofi'ah¹, Sofi Faiqotul Hikmah²

Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi

Email: lutfiaturrofi@mail.com¹, sofiefaiqotul@gmail.com²

Abstract

The objectives of this study are To determine the Sharia Marketing Strategy at Aries Beauty Store. The data analiys technique used in this study is qualitative or descriptive data analysis. The result of this research is that Aries Beauty Store uses a marketing mix strategy (4p) including Product, Price, Place, and Promotion. In addition, it also uses sharia marketing strategis according to Kertajaya (2006) Rabbaniyah, Akhlaqiyah, Al-waqiiyah, and Al-insaniyah. There is a different in the theory af Al-waqiiyah that in theory there is no differentiation, but Aries Beauty Store differentiates according to the target market according to the consumer's budget. Research conucted in the field shows that store Aries Beauty Store uses the marketing mix theory in its marketing, namely Place, Price, Product, Promotion. For the marketing strategy of Sharia Shop Aries Beauty Store uses Shariah Marketing Strategy according to Kertajaya (2006) namely Rabbaniyah, Akhlaqiyah, Al-waqiiyah and Al-insaniyah. However, Al-waqiiyah has a difference between theory and field, so it can be concluded that the theory according to Kertajaya and the marketing strategy in the field does not match Al-waqiiyah theory.

Kata Kunci: Strategi Marketing Syariah, Marketplace Lazada

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Strategi Marketing Syariah pada Toko Aries Beauty Store. Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif atau deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Toko Aries Beauty Store menggunakan strategi bauran pemasaran (4p) diantaranya Product, Price, Place, Promotion. Selain itu juga menggunakan strategi marketing syariah menurut Kertajaya (2006) Rabbaniyah, Akhlaqiyah, Al-waqiiyah dan Al-insaniyah. Ada perbedaan terdapat pada teori Al-waqiiyah bahwa di teori tidak boleh membedakan namun di Toko Aries Beauty Store membedakan menurut target marketnya sesuai dengan budget konsumen. Penelitian yang dilakukan dilapangan bahwa Toko Aries Beauty Store menggunakan teori bauran pemasaran dalam marketingnya yaitu Product, Price Place, Promotion. Untuk strategi marketing syariah Toko Aries Beauty Store menggunakan Strategi Marketing Syariah menurut Kertajaya (2006) yaitu Rabbaniyah, Akhlaqiyah, Al-waqiiyah dan Al-insaniyah. Namun untuk Al-waqiiyah memiliki perbedaan antara teori dan lapangan, sehingga dapat diberi kesimpulan bahwa antara teori menurut Kertajaya dan strategi marketing dilapangan tidak sesuai pada teori Al-waqiiyah.

Kata Kunci: Strategi Marketing Syariah, Marketplace Lazada

A. PENDAHULUAN

Pengguna internet yang semakin meningkat memberikan kesempatan yang besar kepada produsen untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang mereka produksi, terutama melakukan promosi melalui jejaring sosial *online*. Salah satu media sosial yang digunakan untuk media promosi dan berbelanja *online* adalah *Marketplace* Lazada. Memang tidak semua orang berbisnis memanfaatkan aplikasi Lazada, namun penulis disini mengambil judul dengan menggunakan aplikasi Lazada, dikarenakan dalam menjalankan strategi marketingnya Toko Aries Beauty Store terfokus pada *Marketplace* Lazada karena *Marketplace* Lazada memiliki beberapa kelebihan yang memudahkan produsen dalam berbisnis, diantaranya ongkos kirim lebih murah, memberikan informasi spesifikasi produk secara lengkap dan dapat mendesain toko agar terlihat lebih menarik didalam aplikasi Lazada tersebut, sehingga hal tersebut memberikan dampak positif bagi Toko Aries Beauty Store dalam meningkatkan penjualannya.

Aries Beauty Store menyediakan berbagai produk kosmetik dan kesehatan, khususnya untuk kaum wanita. Penampilan adalah hal utama untuk tampil lebih percaya diri. Terkadang wanita jarang memiliki waktu untuk datang ke salon. Mereka lebih menyukai untuk perawatan menggunakan skincare, akan tetapi yang sudah memiliki izin dari BPOM bahwasanya produk yang digunakan tidak memiliki bahan yang berbahaya namun dari segi harga tetap terjangkau. Hal ini sangat penting untuk menunjang penampilan wanita, baik penampilan luar atau penampilan dalam. Mulai dari yang murah hingga harga yang tergolong mahal, tidak ada alasan untuk kaum hawa tampil agar terlihat cantik.

Selain itu produk kesehatan yang disediakan adalah obat herbal alami yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Hal ini dapat dijadikan sebagai pengobatan alternatif bagi mereka yang memiliki keluhan berbagai penyakit. Produk yang digandrungi oleh kaum wanita di Toko Aries Beauty Store memang cenderung pada kosmetik, produk kesehatanpun juga banyak dibutuhkan konsumen, namun seiringnya waktu berjalan Toko Aries Beauty Store mulai menambahkan produknya pada bidang pertanian, perternakan, *homecare* dan inovasi tetapi tidak banyak hanya beberapa gambar saja dikarenakan produk yang *best seller* di tokonya adalah pada bidang kecantikan dan kesehatan.

Pada zaman modern seperti sekarang ini, kebutuhan manusia beraneka ragam, mulai dari kebutuhan primer hingga tersier. Hal ini dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi dan teknologi. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi akan berpengaruh pada dunia bisnis, terbukti banyaknya perusahaan atau seorang wirausaha yang menciptakan beraneka macam produk untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan meningkatnya tingkat kesejahteraan masyarakat ini akan mempengaruhi pada tingkat daya beli masyarakat. Meningkatnya daya beli masyarakat akan berpengaruh pada tingkat persaingan, khususnya pada bidang perdagangan. Semakin pelaku bisnis memperbaiki kualitas produk yang dijual, maka akan semakin banyak konsumen yang ingin membeli produk tersebut (Novitasari, 2019).

Alasan penulis melakukan penelitian ini karena: *pertama*, menjadi referensi pengetahuan untuk pelaku usaha *online* lainnya. *Kedua*, untuk meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha lain. *Ketiga*, menambah wawasan bagi penulis sendiri. *Keempat* bisa dimanfaatkan pada musim pandemi seperti sekarang. Sesuai pada rumusan masalah yang ada, strategi yang digunakan Toko Aries Beauty Store adalah terdapat 4 (empat) hal, yaitu produk, harga, tempat, promosi. Untuk strategi *marketing* yang berbasis syariah ada 4 karakteristik yang perlu diketahui yaitu: Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyah*), Realistis (*Al-Waqiyyah*), Humanistis (*Al-insaniyah*) (Alma, 2013).

Manfaat kegunaan penelitian ini ada 2 yaitu secara teoritis dan secara praktis. Secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan keilmuan pada bidang *marketing* syariah agar dapat diterapkan demi untuk meningkatkan penjualan, serta diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu landasan keputusan dalam mengembangkan untuk menjual produknya melalui *Marketplace* Lazada dalam meningkatkan penjualan. Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat menambah referensi dan informasi, khususnya bagi akademisi mengenai teknis pengetahuan tentang strategi *marketing* syariah melalui *Marketplace* Lazada, dapat digunakan untuk bahan evaluasi dan tambahan Toko Aries Beauty Store mengenai strategi *marketing* syariah melalui *Marketplace* Lazada yang ada pada toko tersebut guna untuk meningkatkan penjualan produknya serta Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang pemasaran

khususnya strategi marketing syariah khususnya melalui *Marketplace* Lazada dan sebagai acuan referensi penelitian selanjutnya sehingga nantinya dapat melakukan pengkajian lebih dalam.

Tingkat kepercayaan konsumen atas produk yang dipromosikan juga menjadi salah satu faktor penting dalam peningkatan penjualan. Semakin konsumen mempercayakan produk, maka semakin besar pula produk yang terjual. Hal ini yang menjadi alasan peneliti untuk meneliti metode *marketing* secara *online* berbasis syariah. Dengan melakukan promosi secara *online* ini apakah lebih efektif dalam meningkatkan omset penjualan dari pada melakukan promosi dengan cara memajang produk, serta bagaimana toko kosmetik Aries Beauty Store dalam melakukan *marketing* secara syariah, karena pemasaran secara syariah merupakan salah satu strategi pemasaran yang berdasarkan pada Al-Quran. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul “Strategi Marketing Syariah Melalui *Marketplace* Lazada dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Toko Aries Beauty Store Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi)”.

Adapun penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi *marketing* pada Toko Aries Beauty Store melalui *Marketplace* Lazada dalam meningkatkan penjualan? Bagaimana strategi marketing syariah pada Toko Aries Beauty Store melalui *Marketplace* Lazada dalam meningkatkan penjualan?

B. LANDASAN TEORI

1. Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran (*marketing*) selalu berkembang dari waktu ke waktu, dimulai dari pengertian pemasaran secara sederhana sampai dengan pemasaran dalam lingkungan persaingan bisnis yang semakin modern dan kompetitif. American Marketing Association (AMA) menyatakan bahwa: “*Marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationship in ways that benefit the organization and its stakeholders*” (Kotler dan Lane, 2009).

Kotler dan Keller (2006) menyatakan bahwa: Pemasaran adalah fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Kotler dan

Armstrong (2006) menyatakan bahwa: Pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai untuk pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk mengambil nilai dari pelanggan saat datang kembali. Hair Jr. (2000) berpendapat: Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi, dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditunjukkan untuk menciptakan kepuasan di antara perusahaan dan para pelangganya. Menurut Shimp (2000) menyatakan bahwa: Pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dimana bisnis dan organisasi lainnya menciptakan pertukaran nilai di antara bisnis dan perusahaan itu sendiri dan para pelangganya.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa: 1) Pemasaran dianggap sebagai proses perencanaan konsep, harga, promosi dan pendistribusian ide-ide barang maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. 2) Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. 3) Pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dan fungsi manajemen dimana bisnis dan organisasi lainnya menciptakan pertukaran nilai di antara bisnis dan perusahaan itu sendiri dan pelangganya. Berikut penjelasan mengenai bisnis syariah dijelaskan dalam Al-quran pada Surat Al-Isra ayat 70:

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا

“Dan sesungguhnya kami telah memuliakan anak cucu adam, dan kami angkut mereka di daratan dan dilautan, kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah kami ciptakan (Departement Kementrian Agama, 1994).

2. Strategi Pemasaran

Definisi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama

maka perlu sekali diciptakan suatu strategi pemasaran, agar dapat memenangkan peperangan tersebut.

3. *Marketing Plan*

Menurut Alma (2013) *marketing plan* adalah merupakan bagian dari *business plan*. Perencanaan yang harus disiapkan seperti yang dijelaskan oleh Bygrave adalah analisa situasi perusahaan dan lingkungannya analisa dan penilaian peluang, kekuatan, kelemahan, kendala yang dihadapi pasar. Juga harus digambarkan sasaran konsumen dan strategi pemasaran yang digunakan. Dalam menyusun strategi *marketing* ada dua variabel utama yang perlu dipertimbangkan, yaitu: Variabel yang dapat dikontrol seorang pengusaha:

- a. *Market Segmentation*
- b. *Market Budget*
- c. *Timing*
- d. *Marketing Mix*

Marketing mix berarti bauran pemasaran yaitu kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan *marketing* agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang paling memuaskan ada 4 elemen yang tercukupi dalam bauran pemasaran ini yang dikenal dengan elemen 4P. yaitu: *Place, Price, Product dan Promotion*. Untuk strategi secara syariah antara lain: Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyah*), (*Al-Waqiiyyah*), Humanistis (*Al-insaniyah*).

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Kualitatif sendiri adalah penelitian yang datanya ditemukan berdasarkan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif yang mana menjelaskan suatu data secara ilmiah. Deskriptif sendiri adalah penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, situasi, dan peristiwa dan kegiatan-kegiatan lain yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Kediaman Owner dari Toko Aries Beauty Store yang beralamat: Dusun Ringinsari, Desa Pesanggaran, RT/RW 04/03, Kecamatan Pesanggaran, Banyuwangi. Waktu: Mei-Juli 2024. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan primer. Teknik pengumpulan data dengan melakukan 3 tahap yaitu: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Adapun alat analisis data yang

dikembangkan oleh Miles dan Huberman memiliki 4 tahap yaitu: Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, dan Verifikasi.

D. HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Toko Aries Beauty Store

Toko Aries Beauty Store didirikan oleh pembisnis muda yang bernama “Jefri Fajar Afandi”, beliau mengawali karirnya karna dahulu beliau pernah merasakan sakit lambung, sudah mengkonsumsi segala macam obat namun tak kunjung sembuh dan selalu kambuh sewaktu-waktu. Hingga pada akhirnya beliau melihat postingan temanya yang bernama “Ida Palupi” di sosial media tentang pengobatan herbal yang berkaitan dengan penyakitnya. Kemudian beliau langsung mengkonfirmasi temanya tersebut untuk membeli obatnya. Tak disangka beliau langsung didatangi temanya yang menjual obat herbal tersebut. Mulailah temanya memberikan informasi tentang obat itu.

Berhubung obat yang dijual adalah produk dari PT Natural Nusantara (NASA) maka temanya melakukan sebuah penawaran, bahwa jika Pak Jefri mau bergabung dengan NASA maka harganya lebih terjangkau, namun jika tidak bergabung dan hanya menjadi konsumen biasa maka harganya akan mahal. Pak Jefri tidak perlu berfikir panjang, yang beliau pikirkan adalah agar penyakitnya segera terobati dan tidak menyiksanya. Dan disitulah bisnis mulai dirintisnya. Awal merintis Pak Jefri hanya melakukan strategi pemasaran dengan cara door to door untuk melakukan presentasi tentang produk NASA atau melakukan strategi secara *offline*, namun dirasa cara tersebut kurang efektif dan efisien. Pada akhirnya Pak Jefri berinisiatif untuk melakukan strategi *marketing* secara *online* khususnya di Marketplace Lazada.

Toko Aries Beauty Store mulai bergabung di Marketplace Lazada sejak 13 Juni 2019. Bapak Jefri sendiri selaku ownernya bergabung dengan PT Natural Nusantara (NASA) sejak 15 Juni 2018. Tak terasa sudah bertahun-tahun Toko Aries Beauty Store bergabung dengan Lazada. Toko tersebut menjual berbagai macam produk NASA (PT Natural Nusantara) dan berbagai merek kosmetik lainnya. Jenis produk yang dijual antara lain produk kesehatan, kecantikan, pertanian, peternakan, homecare dan inovasi. Mayoritas barang yang dibutuhkan adalah pada bidang kesehatan dan kosmetik, karena produknya membuahkan hasil

bagi masyarakat sekitar, sehingga banyak konsumen yang datang kembali di toko tersebut.

Sejauh ini segala urusan yang berkaitan dengan pemesanan barang, pengemasan barang, pengiriman barang dan laporan administrasi keuangan dapat teratasi sendiri oleh Pak Jefri, sehingga beliau masih belum membutuhkan karyawan/tenaga pembantu yang berkaitan dengan hal tersebut. Namun jika suatu saat nanti beliau sudah kualahan dan tidak mampu untuk mengurus sendiri maka beliau akan memperkerjakan seseorang untuk membantunya. Alasan Pak Jefri memilih memasarkan produknya di Marketplace Lazada yaitu: *Pertama*, Marketplace Lazada memberikan support pada Toko Baru. *Kedua*, memberikan informasi produk lebih detail. *Ketiga*, ongkos kirim lebih murah. *Keempat*, dapat mendesain toko didalamnya (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada tanggal 10 Juni 2024).

2. Stragi Marketing yang digunakan Toko Aries Beauty Store

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap Pak Jefri Fajar Afandi selaku Owner dari Toko Aries Beauty Store, usaha yang beliau jalankan di Marketplace Lazada mengalami peningkatan. Strategi yang dilakukan berhasil membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi tokonya. Berikut strategi yang digunakan Toko Aries Beauty Store yang mengacu pada Bauaran Pemasaran sebagai berikut:

- a. Mendesain tampilan produk baik dari segi gambar ataupun video.
- b. Mengambil/ memotret gambar asli dengan semenarik mungkin untuk diupload agar lebih meyakinkan.
- c. Upload produk yang sama namun beda versi sebanyak 2-3 biji.
- d. Memberikan voucher, diskon, dan *give away*.
- e. Istiqomah untuk rajin upload gambar minimal 2 produk dalam sehari.
- f. Memainkan harga dengan pembelian produk paket komplit.
- g. Memberikan bukti yang mendasar atas kualitas produknya.
- h. Marketplace Lazada tidak hanya memberikan sistem transfer terlebih dahulu lalu barang dikirim, namun juga memberikan sistem COD (Cash on delivery) yaitu konsumen membayar barang ketika sudah sampai pada tujuannya (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 10 Juni 2024).

3. Strategi Marketing Syariah yang digunakan Toko Aries Beauty Store

Sesui dengan hasil wawancara yang dilakukan di kediaman Bapak Jefri Fajar Afandi yang mengacu pada karakteristik strategi pemasaran syariah sebagai berikut:

- a. Tidak menipu
- b. Meyakini segala perbuatannya diawasi oleh Allah SWT
- c. Produk yang dipasarkan adalah produk halal, miliknya sendiri
- d. Tidak pernah menyampur bahan lain dengan produknya, murni asli dari Stokist center resmi Nasa sendiri
- e. Tidak menimbun barang
- f. Memberikan informasi secara realita, tidak melebih-lebihkan
- g. Tidak berbuat curang
- h. Melayani konsumen dengan baik
- i. Tidak pernah berbohong terhadap informasi produk
- j. Membedakan konsumen berdasarkan target pasarnya
- k. Tidak melakukan sumpah palsu (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada tanggal 14 Juni 2024).

E. PEMBAHASAN

1. Teori dan Strategi *Marketing* yang Diterapkan Toko Aries Beauty Store

Dalam merencanakan sebuah strategi marketing diperlukan adanya bauran pemasaran yang digunakan oleh Toko Aries Beauty Store Pesanggaran, Banyuwangi, di antaranya adalah sebagai berikut:

a. *Place*

Strategi tempat pemasaran *online* menurut Toko Aries Beauty Store adalah dengan cara menggunakan media *Marketplace* Lazada, alasan mengapa memilih *Marketplace* Lazada karena fitur Lazada memberikan banyak kelebihan yang memudahkan produsen dalam berpromosi dalam bersaing dengan kompetitor lain, diantaranya adalah mendapat dukungan/support dari Lazada. *Marketplace* Lazada dalam memberikan spesifikasi informasi sangat lengkap, ongkos kirim lebih murah dibandingkan dengan *Marketplace* lainnya, dapat dengan mudah mendesain tokonya agar lebih menarik didalamnya.

Memasarkan produk secara *online* bisa dijadikan alternatif dalam meningkatkan perekonomian mengingat dengan adanya situasi virus Covid-19 untuk memutus rantai penyebarannya, tidak hanya produsen saja yang merasakan dampak positifnya, namun konsumen juga merasakan pula dampak positifnya. Selain itu Lazada juga memberikan sistem COD yang memudahkan konsumen. Dalam melakukan pemasaran di *Marketplace* Lazada tentunya didalamnya terdapat banyak konsumen dari berbagai kota, memang salah satu fungsi memasarkan secara *online* karena agar semua orang mengetahui bahwa Toko Aries Beauty Store menjual berbagai produk yang dibutuhkan konsumen.

Terbukti konsumen lebih menyukai berbelanja secara *online*, karna tidak perlu berjalan jauh di pasar, supermarket ataupun di toko. Konsumen lebih menyukai berbelanja dari rumah, dimanapun, kapanpun, barang sampai pada alamat mereka (Wawancara Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 14 Juni 2024). Dari pemaparan pemilik toko Aries Beauty Store bahwa strategi tempat yang digunakan oleh toko tersebut sudah sesuai dengan teori bauran pemasaran 4p salah satunya adalah teori pada *place* yang sudah dipaparkan diatas .

b. *Price*

Salah satu strategi yang sering di minati oleh konsumen adalah pembelian produk dengan paket komplit, karena mereka berfikir jika hanya membeli 1 produk saja dirasa cukup mahal. Namun jika pembelian produk paket komplit memang harganya sedikit mahal jika dibandingkan hanya pembelian 1 jenis produk, tetapi jika membeli produk komplit dengan berbagai jenis produk maka akan dirasa lebih murah. Salah satu contoh paket komplit di Toko Aries Beauty Store adalah Shampo Shanas, Sabun Zay Ma, dan Pasta gigi Nasa. Jika hanya membeli 1 jenis produk akan lebih mahal dibandingkan beli 1 paket produk kesehatan tubuh (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 10 Juni 2024). Dari pemaparan pemilik toko Aries Beauty Store bahwa strategi tempat yang digunakan oleh toko tersebut sudah sesuai dengan teori bauran pemasaran 4p salah satunya adalah teori pada *place* yang sudah dipaparkan diatas.

c. *Produk*

Dari segi kualitas produk Toko Aries Beauty Store produk yang dipasarkan sudah memiliki izin BPOM. Dan mayoritas masyarakat sudah banyak mengenal produk tersebut, apalagi setelah konsumen sudah merasakan hasilnya, dan terbuat dari bahan-bahan alami yang tidak terkontaminasi dengan bahan berbahaya lainnya. Konsumen yang sudah merasakan hasilnya akan kembali dan berlangganan untuk membeli (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 14 Juni 2024). Dari pemaparan pemilik toko Aries Beauty Store bahwa strategi produk yang digunakan oleh toko tersebut sudah sesuai dengan teori bauran pemasaran 4p salah satunya adalah teori pada product yang sudah dipaparkan diatas.

d. *Promosi*

Strategi promosi yang dilakukan oleh Toko Aries Beauty Store sebagai berikut:

1) *Advertising/ Iklan*

Iklan merupakan salah satu media promosi untuk sarana informasi pada konsumen. Salah satu strategi yang sudah diterapkan oleh Toko Aries Beauty Store adalah persaingan melalui desain dan fitur, mengambil gambar *realpic* kemudian mendesainnya dengan tampilan yang lebih menarik, gambar atau video yang lebih menarik dengan berbagai fitur akan membuat orang merasa senang untuk melihatnya, timbulah rasa ketertarikan dengan produknya, selain itu juga harus rajin *upload* produk yang sama namun beda versi sebanyak 2-3 biji. Kemudian juga selalu istiqomah untuk rajin upload gambar minimal 2 produk dalam sehari.

2) *Personal Selling*

Strategi *personal selling* adalah sebuah pelayanan yang dilakukan untuk melayani konsumen secara langsung. Toko Aries Beauty tidak hanya memasarkan produknya secara *online*, namun dikediaman Owner secara *offline* juga melakukan pemasaran, terbukti banyak konsumen yang mendatangi rumahnya untuk membeli produk.

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Strategi promosi penjualan digunakan untuk meraih hati para konsumen. Hal ini digunakan untuk dapat meningkatkan penjualan. Promosi penjualan yang dilakukan Toko Aries Beauty Store adalah dengan memberikan voucher gratis ongkir dengan minimal belanja 250.000, memberikan diskon pada produk dengan minimal belanja 50.000 dan memberikan *give away* dengan berbelanja minimal 300.000. Selain itu juga melakukan promosi dengan produk paket komplit.

4) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas disini berfungsi sebagai umpan untuk para konsumen agar tertarik untuk membeli produk suatu perusahaan. Umpan yang digunakan oleh Toko Aries Beauty Store disini adalah dengan memberikan ulasan atau testimoni pada konsumen bahwa produk yang dijual berkualitas dengan memberikan hasil yang nyata. Biasanya para konsumen yang sudah *order* bagi yang ingin memberikan apresiasi akan memenuhi kolom ulasan sesuai menu yang tertera (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 14 Juni 2024).

2. Strategi *Marketing* Syariah

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan Toko Aries Beauty Store tidak hanya menggunakan strategi *marketing* dengan bauran pemasaran (4p) saja, namun demi mendapatkan sebuah rizki yang berkah juga menerapkan strategi *marketing* syariah sebagai berikut:

a. *Rabbaniyah*

Toko Aries Beauty Store selalu mengedepankan prinsip-prinsip hukum Islam, karna yakin bahwa segala perbuatan yang dilakukan termasuk dalam berniaga pasti dalam pengawasan Allah SWT. Produk yang dijual adalah produk yang halal, termasuk cara mendapatkannya, bukan barang curian ataupun barang milik orang lain yang diperjual belikan demi mendapat keuntungan. Produk yang dijual adalah produk hasil berbelanja di Stokist Center resmi Nasa, karna Pak Jefri sudah bergabung dengan Nasa maka beliau mendapatkan harga yang lebih murah, kemudian dijual kembali untuk mendapatkan keuntungan. Adapun untuk pengambilan produk selain Nasa

beliau mengambilnya di *supplier* grosir produk kosmetik yang berada di desa Genteng yaitu di Virgoshop (Wawancara, Jefri Fajar Afandi Pada Tanggal 14 Juni 2024). Dari pemaparan pemilik toko Aries Beauty Store bahwa strategi *marketing* syariah yang digunakan oleh toko tersebut sudah sesuai dengan teori *marketing* syariah yang dikemukakan oleh Kertajaya (2006) salah satunya adalah teori pada *Rabbaniyah* yang sudah dipaparkan diatas.

Salah satu landasan dalil *Rabbaniyah* (ketuhanan) dalam strategi marketing syariah adalah firman Allah SWT dalam QS. At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ

“Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin.”

Ayat ini menegaskan bahwa setiap aktivitas manusia, termasuk kegiatan pemasaran dan bisnis, senantiasa berada dalam pengawasan Allah SWT. Oleh karena itu, prinsip *Rabbaniyah* mengharuskan pelaku *marketing* syariah untuk menjalankan strategi pemasaran secara jujur, amanah, dan sesuai dengan ketentuan syariah, karena tujuan yang ingin dicapai tidak hanya keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memperoleh keridaan Allah SWT. Kesadaran akan pengawasan Ilahi tersebut mendorong pemasar untuk menghindari segala bentuk penipuan, manipulasi informasi, dan praktik bisnis yang merugikan konsumen.

b. *Akhlaqiyah*

Produk yang dijual oleh Toko Aries Beauty Store adalah produk halal dari segi mendapatkannya ataupun dari kualitasnya. Tidak pernah sedikitpun produk yang dijual tercampur dengan bahan yang kualitasnya rendah/berbahaya. Murni asli masih, sudah dijamin keasliannya, karna Toko Aries Beauty Store mengutamakan kualitas produk. Selain tidak pernah mencampur/ mengoplos dengan bahan yang kualitas rendah Toko Aries Beauty Store juga tidak pernah melakukan penimbunan barang demi mendapatkan keuntungan, jika stok produk memang langka atau bahkan tidak ada maka memberikan informasi sesuai realita yang ada, namun jika produk yang dicari konsumen memang *ready stok* maka juga akan mengatakan yang

sebenarnya. Kejujuran atau berikap amanah adalah prinsip dari Toko Aries Beauty Store (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 14 Juni 2024).

Berbuat curang adalah penghalang rizki yang mendatangkan keberkahan. Curang tidak jauh beda dengan tidak jujur. Jika memang produk yang dijual memiliki kecacatan fisik maka Toko Aries Beauty Store akan mengatakan sesuai keadaan produk. Tidak pernah melakukan kecurangan terhadap konsumen mulai sejak dirintis toko hingga sampai sekarang. Bahkan konsumen selalu memberikan respon positif atas kualitas produk yang didapatkannya. Dari pemaparan pemilik Toko Aries Beauty Store bahwa strategi *marketing* syariah yang digunakan oleh toko tersebut sudah sesuai dengan teori *marketing* syariah yang dikemukakan oleh Kertajaya (2006) salah satunya adalah teori pada *akhlaqiyah* yang sudah dipaparkan diatas.

Salah satu landasan dalil *Akhlaqiyah* (etis) dalam strategi *marketing* syariah adalah sabda Rasulullah SAW:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

“*Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia.*” (HR. Ahmad)

Hadis ini menunjukkan bahwa akhlak merupakan inti ajaran Islam yang harus tercermin dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk kegiatan pemasaran. Dalam konteks *marketing* syariah, prinsip *Akhlaqiyah* menuntut pelaku usaha untuk mengedepankan kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan, kesopanan, dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas pemasaran. Seorang pemasar syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjaga etika dalam berkomunikasi, mempromosikan produk secara jujur, serta menghindari praktik penipuan, manipulasi, dan eksploitasi konsumen. Dengan demikian, pemasaran yang berlandaskan akhlak mulia akan menciptakan kepercayaan, keberkahan usaha, dan hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli sesuai dengan nilai-nilai Islam.

c. *Al-Waqiih*

Aries Beauty Store dalam memberikan informasi sesuai dengan realita kondisi fisik barang dan kualitas barang. Tidak mengurangi atau melebih-lebihkan kualitas produk. Seorang yang berniaga jika berbuat suatu

kebohongan hal itu justru akan menjauhkannya dari rizki yang berkah, karna akan mengurangi tingkat kepercayaan konsumen, sehingga dapat menurunkan penjualan (Wawancara, Jefri Fajar Afandi Pada tanggal 14 Juni 2024).

Disini Toko Aries Beauty Store bertolak belakang dengan teori yang dikemukakan dalam hal tidak membedakan orang, suku dan warna kulit, namun membedakanya untuk hal positif. Melihat dari kelas sosial konsumen yang berkaitan dengan pasar sasaran Toko Aries Beauty Store, hal ini dapat dilihat dari kuantitas dan kualitas sebuah produk yang dibutuhkan mereka. Karna melihat dari kalangan menengah kebawah dan kalangan menengah keatas, lebih tepatnya menentukan target pasar.

Misal jika kalangan menengah kebawah membeli produk Amoote yang *sachet* mereka lebih suka harga eceran daripada 1 karton, berbeda dengan sudut pandang kalangan menengah ke atas, mereka akan mengutamakan kualitas, jika membeli 1 sachet saja khasiatnya kurang maksimal, namun jika membeli 1 karton walaupun harganya bisa dibilang mahal maka mereka tetap membeli karna khasiatnya lebih maksimal. Jadi dikarenakan sudut pandang mereka berbeda maka sebagai penjual kita juga harus menempatkan produk pasaranya sesuai kebutuhan dan kemampuan mereka. Maksudnya disini membedakan karna hal yang positif, pemasaran sesuai *budget* yang mereka miliki bukan membedakan karna hal yang negatif (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 14 Juni 2024).

Dari pemaparan pemilik Toko Aries Beauty Store bahwa strategi *marketing* syariah yang digunakan oleh toko tersebut tidak semua sesuai dengan teori *marketing* syariah yang dikemukakan oleh Kertajaya (2006), pada teori *Al-waqiiyah* ini ada salah satu yang tidak sesuai yaitu pada membedakan konsumen, jika pada teori tidak boleh membedakan konsumen berdasarkan suku, warna kulit, tingkat sosial maka berbeda dengan di lapangan, dilapangan membedakan berdasarkan target marketnya sesuai dengan *budget* konsumen.

Salah satu landasan dalil *Al-Waqi'iyah* (realistis) dalam strategi *marketing* syariah adalah firman Allah SWT:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.” (QS. Al-Baqarah Ayat 185)

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam merupakan agama yang realistis dan memperhatikan kondisi nyata kehidupan manusia. Dalam konteks *marketing* syariah, prinsip *Al-Waqi'iyah* menuntut pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan pemasaran secara fleksibel, profesional, dan sesuai dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah. Seorang pemasar syariah diperbolehkan memanfaatkan berbagai strategi, teknologi, dan media pemasaran modern selama tidak mengandung unsur yang dilarang seperti penipuan, riba, *gharar*, maupun manipulasi. Dengan demikian, prinsip *Al-Waqi'iyah* menjadikan pemasaran syariah mampu beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan realitas bisnis kontemporer, namun tetap berpegang teguh pada ketentuan Islam.

d. *Al-Insaniyah*

Dengan adanya Toko Aries Beauty Store menggunakan strategi *marketing* syariah hidup yang dijalani Pak Jefri menjadi lebih baik, semakin tenang, tidak gelisah, karna melakukan bisnis sesuai norma-norma Islam. Menjalani perintah Allah dan menjauhi larangan-larangannya yang dapat mendatangkan rizki yang berkah. Bukan hanya kehidupan sang produsen saja namun kehidupan konsumen juga ikut berpengaruh menjadi lebih baik pula.

Dengan menggunakan strategi *marketing* syariah konsumen merasa aman dan tidak tertipu, karna Toko Aries Beauty Store tidak hanya memberikan sistem transaksi transfer terlebih dahulu saja, namun juga menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*) yaitu membayar barang setelah barang sudah sampai pada tujuan, dan sistem tersebut sangat digemari oleh konsumen. Berbelanja menjadi mudah karna dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun (Wawancara, Jefri Fajar Afandi pada Tanggal 14 Juni 2024). Dari pemaparan pemilik toko Aries Beauty Store bahwa strategi *marketing* syariah yang digunakan oleh toko tersebut sudah sesuai dengan teori *marketing* syariah yang dikemukakan oleh Kertajaya (2006) salah satunya adalah teori pada *Al-insaniyah* yang sudah dipaparkan diatas. Bahwa Toko

Aries Beauty Store selalu menggunakan prinsip yang sesuai Al-Qur'an dan Hadist).

Salah satu landasan dalil *Al-Insaniyah* (humanistik) dalam strategi marketing syariah adalah firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

“Wahai manusia! Sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti.” (QS. Al-Hujurat Ayat 13)

Ayat ini menegaskan bahwa Islam memandang seluruh manusia memiliki derajat kemanusiaan yang sama tanpa membedakan suku, ras, warna kulit, maupun status sosial. Dalam konteks *marketing* syariah, prinsip *Al-Insaniyah* mengharuskan pemasar memperlakukan seluruh konsumen secara adil, menghormati martabat manusia, dan memberikan pelayanan yang baik tanpa diskriminasi. Orientasi pemasaran tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai kemanusiaan, kemaslahatan, dan kepuasan pelanggan sehingga tercipta hubungan bisnis yang harmonis, berkeadilan, dan bermanfaat bagi semua pihak.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka terdapat kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Aries Beauty Store dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu *Place*, *Price*, *Product* dan *Promotion*.
2. Strategi pemasaran syariah yang digunakan Toko Aries Beauty Store yaitu: Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyah*), Realistik (*Al-waqiiyah*), Humanistik (*Al-insaniyah*). Akan tetapi terdapat teori yang tidak sesuai dengan data lapangan, yaitu pada teori strategi pemasaran syariah khususnya pada teori *Al-waqiiyah*. Jika dalam teori strategi pemasaran syariah tidak membedakan konsumen berdasarkan suku, warna kulit maka berbeda yang digunakan oleh Toko Aries Beauty Store bahwa dalam pemasarannya

membeda-bedakan berdasarkan target marketnya karena melihat *budget* konsumen dalam membeli barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2013. *Managemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2014. *Managemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bobo Sabran. 2009.
- Departemen Kementrian Agama. *Kitab Suci al-Qur'an*. 1994. Semarang: Diterbitkan oleh PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, Dicitak oleh CV.Adi Grafika. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an. Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-undang.
- Harsono. 2008. *Pengelolaan Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Surajaya Pres
- Imawan, Haris. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Penjualan Produk Bersaing di Toko Saudi Store Batoh*. Disertasi FEB UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Marketing Syariah*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler dan Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2006. *Managemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Moeloeng, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novitasari, Santi. 2016. *Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus di Toko Fizaria Busana Muslim Jepara)*. Disertasi FEB UIN Walisongo Semarang.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- William J, Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh, Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.