

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN OMSET
PENJUALAN ONLINE SHOP GIRLIES SHOP PULUNG
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



Oleh :

ARIEL AGUSTINA DEVIE

NIM 401180158

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN OMSET
PENJUALAN ONLINE SHOP GIRLIES SHOP PULUNG
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Ariel Agustina Devie

NIM 401180158

Pembimbing:

Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.

NIP. 197502072009011007

IAIN
PONOROGO
JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

ABSTRAK

Devie, Agustina, Ariel. “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Online Shop Girlies Shop Pulung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Etika Bisnis Islam.

Omset Penjualan adalah Semua jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Dalam meningkatkan penjualan dilakukan dengan strategi promosi yaitu salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial. Dalam bisnis juga diatur tentang bagaimana cara berbisnis menurut islam yaitu dengan memenuhi prinsip etika bisnis islam, etika bisnis islam merupakan suatu proses atau upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjunya tentu melakukan hal yang benar berkaitan dengan produk, pelayanan perusahaan dan pihak yang bersangkutan dengan tuntutan perusahaan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana praktek promosi yang dijalankan untuk meningkatkan omset penjualan oleh online shop Girlies shop Pulung. Jenis penelitian yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah jenis penelitian *field research* (Penelitian lapangan) dengan melakukan pencarian data secara langsung dengan melihat objek yang akan diteliti. Peneliti melaksanakan penelitian di Girlies Shop Pulung untuk meneliti pelaksanaan strategi promosi yang dijalankan. Dalam penelitian ini, jika dilihat dari jenis datanya maka penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa informasi mengenai strategi promosi di girlies shop Pulung yaitu praktik strategi promosi tersebut memiliki jenis promosi yang digunakan yaitu dengan menggunakan media social *whatsapp, instagram, dan facebook*. Dan dalam penerapan etika bisnis islam adalah dengan mengunggah foto promosi memperlihatkan aurat wanita juga bisa mengakibatkan suatu omset penjualan menurun.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:


NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Ariel Agustina	401180158	Ekonomi Syariah	Strategi promosi dalam meningkatkan omset penjualan online shop Girlies Shop Pulung ditinjau dari etika bisnis islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

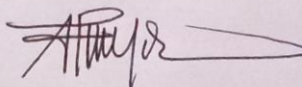
Ponorogo, 28 April 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag, M. E. I.
NIP. 19781122006041002

Menyetujui,


Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan
Online Shop Girlies Shop Pulung Ditinjau Dari Etika Bisnis
Islam
Nama : Ariel Agustina Devie
NIM : 401180158
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

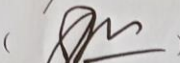
DEWAN PENGUJI:

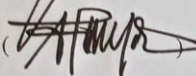
Ketua Sidang
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag, M.E.I.
NIP. 19781122006041002

Penguji I
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

Penguji II
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

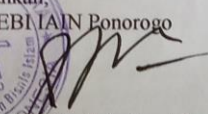
()

()

()

Ponorogo, 26 Mei 2022

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo


Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ariel Agustina Dewie
NIM : 401180158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Strategi Promosi dalam meningkatkan Online shop Gidies Shop Kulung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 7 Juni 2022

Penulis



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ariel Agustina Devie

NIM : 401180158

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN
ONLINE SHOP GIRLIES SHOP PULUNG DITINJAU DARI ETIKA BISNIS
ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 14 April 2022

Pembuat pernyataan,



Ariel Agustina Devie

NIM 401180158

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka
mengubah keadaan mereka sendiri.

QS. Ar-Rad : 11



LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala nikmat dan izin yang diberikanNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis skripsi ini. Dengan segala hati yang tulus dan ungkapan rasa syukur karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua Orang tuaku tercinta Bapak Ibnu Mashudi dan Ibu Anis Prihatin yang memberikan dukungan moril, materi dan doa yang tak pernah putus tiada henti untuk kesuksesan saya. Selain itu yang telah berkorban banyak untuk bisa memberikan pendidikan yang terbaik untuk saya. Tidak ada apapun hal yang mampu untuk membalas semau jasa-jasamu.
2. Bapak Dr. Amin Wahyudi, M.E.I. Selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan dan memotivasi.
3. Teman-temanku dari kelas Ekonomi Syariah E, teman nugas bareng, teman dari rumah yang selalu memberikan semangat dan dukungan, Umi Kulsum yang selalu memberikan tumpangan motor dan bimbingan bareng, dan terutama Linda Marlysa salah satu teman yang memotivasi saya untuk bisa cepat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ariel Agustina Devie atau diri saya sendiri yang sudah bisa kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan semangat, kerja keras, dan doa yang tidak pernah putus.
5. Dan yang terakhir kepada orang-orang yang selalu memberikan pertanyaan kapan lulus, kapan wisuda, lama sekali mengerjakan skripsi, dll. Terimakasih sudah memberikan perkataan yang membuat saya lebih semangat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Omset Penjualan Online Shop Girlies Shop Pulung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”.

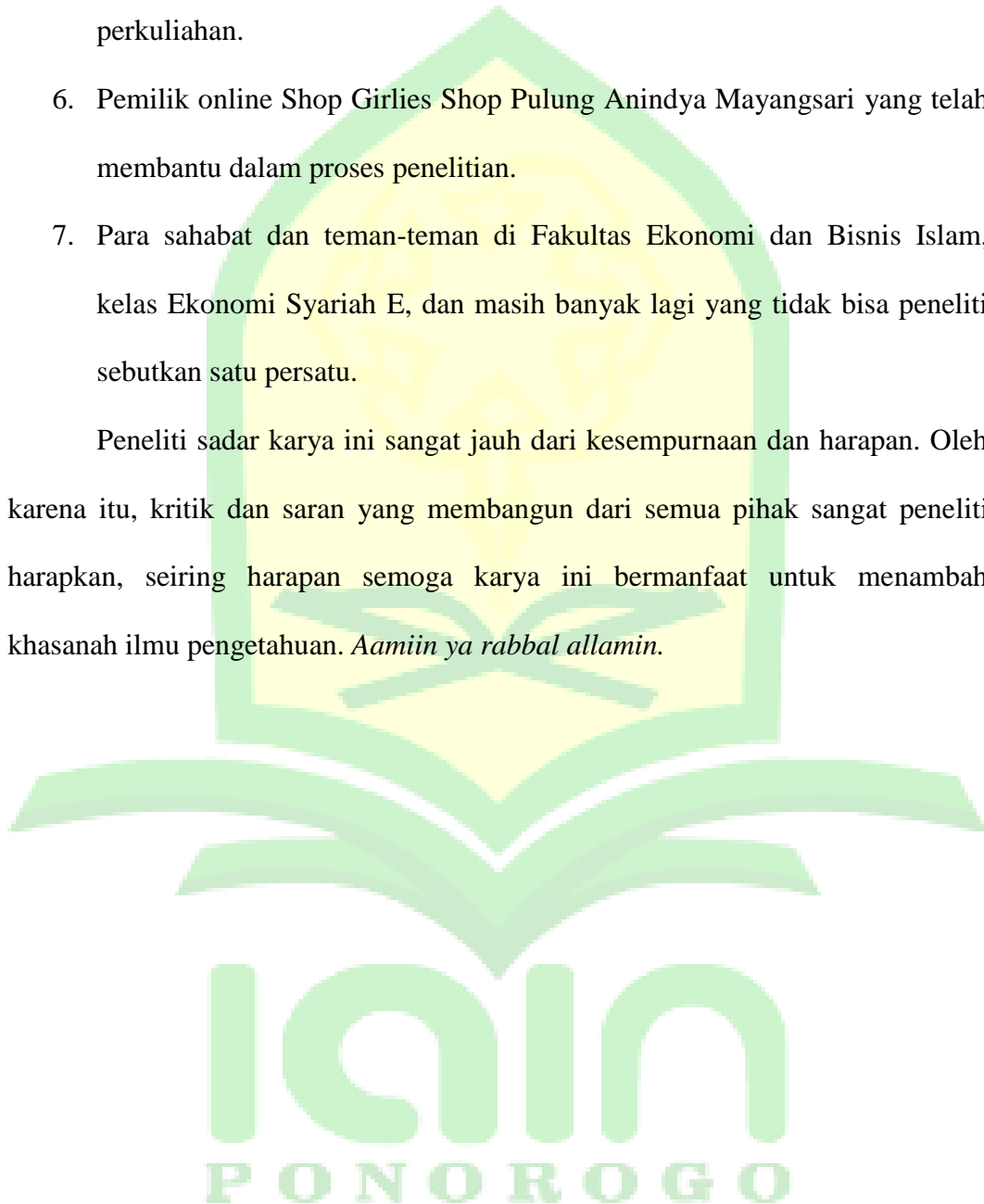
Penulisan skripsi ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S-1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo guna memperoleh gelar SE. Dengan upaya upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Mu’afiah, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang telah memnerikan kesempatan peneliti menimba ilmu di almamater tercinta.
2. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang telah membantu melancarkan proses pendidikan peneliti selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hingga menyelesaikan skrispsi ini.
3. Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang telah memberi motivasi, bimbingan serta mengarahkan dalam penulisan skrispsi ini.
4. Dr. Amin Wahyudi, M.E.I, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan sehingga

skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Tiara Widya Antikasari, M.M, selaku dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan peneliti selama perkuliahan.
6. Pemilik online Shop Girlies Shop Pulung Anindya Mayangsari yang telah membantu dalam proses penelitian.
7. Para sahabat dan teman-teman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, kelas Ekonomi Syariah E, dan masih banyak lagi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti sadar karya ini sangat jauh dari kesempurnaan dan harapan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan, seiring harapan semoga karya ini bermanfaat untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan. *Aamiin ya rabbal allamin.*

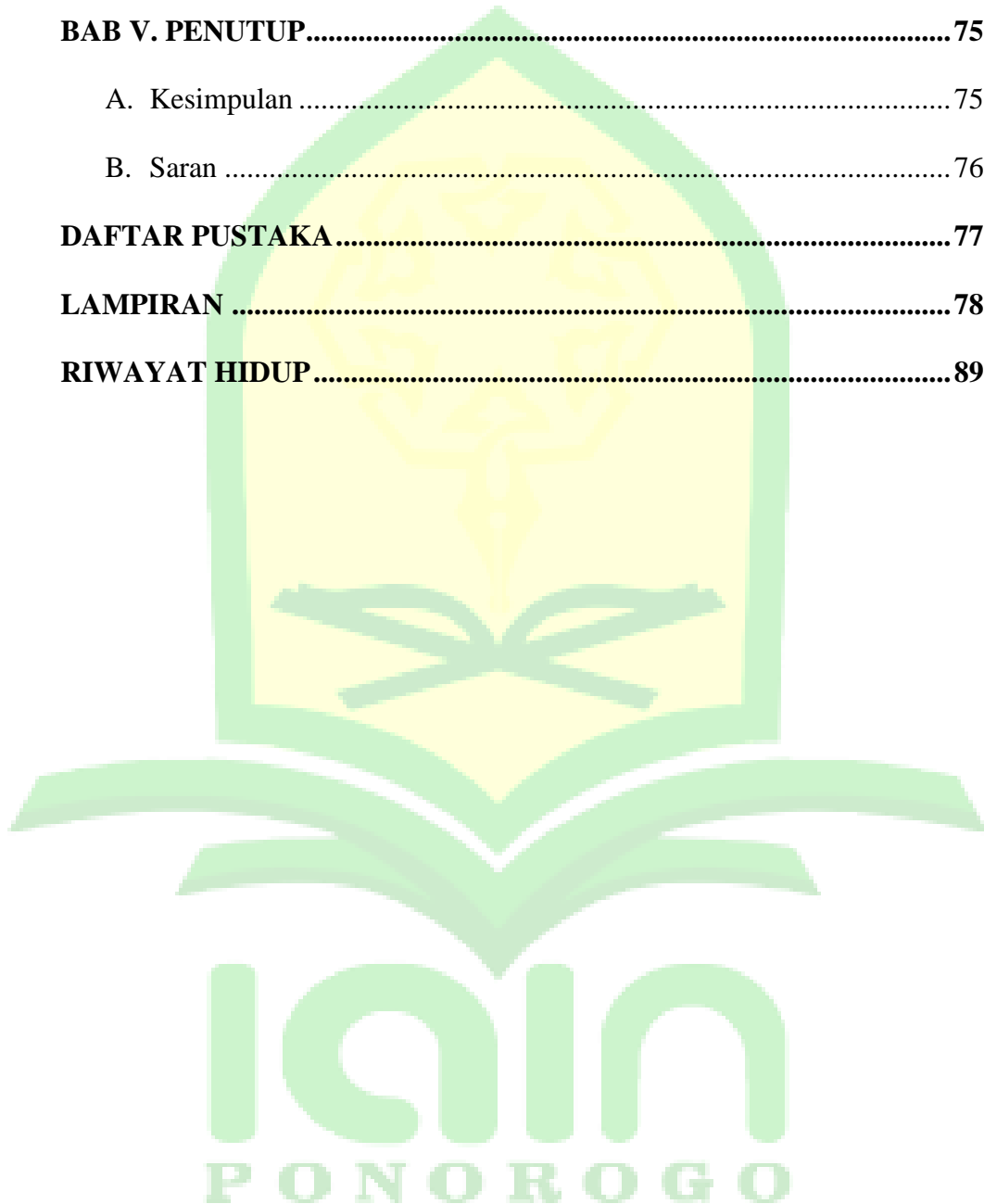


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRISPI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	9
F. Metode Penelitian	14
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	14
2. Lokasi Penelitian.....	14
3. Data dan Sumber Data	15
4. Teknik Pengumpulan Data.....	16

5. Teknik Pengolahan Data	16
6. Analisa Data	19
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	19
G. Sistematika Pembahasan	21
BAB II. KAJIAN TEORI	23
A. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan	23
B. Etika Bisnis Islam	27
BAB III. PAPARAN DATA	32
A. Deskripsi Umum Tentang Online Shop Girlies Shop Pulung Ponorogo	32
B. Deskripsi Khusus Praktek Strategi Promosi yang Dijalankan Online Shop Girlies Shop Pulung	35
C. Deskripsi Faktor Yang Mempengaruhi Praktek Promosi Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop ...	41
D. Deskripsi Penerapan Praktek Promosi Dalam Etika Bisnis Islam pada Girlies Shop Pulung	47
BAB IV. PEMBAHASAN	56
A. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung	56
B. Faktor Yang Mempengaruhi Praktek Promosi Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung	61

C. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung	67
BAB V. PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78
RIWAYAT HIDUP	89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Swastha dan Irawan, Omset Penjualan merupakan akumulasi dari kegiatan penjualan suatu barang dan jasa yang dijabarkan secara keseluruhan selama kurang lebih waktu tertentu secara berkeanjutan dan dalam satu proses akuntansi.¹ Lalu menurut Chaniago, Omset Penjualan merupakan semua jumlah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan suatu barang dan jasa dalam kurun waktu tertentu.² Sedangkan menurut pendapat lain ada yang menyimpulkan bahwa omset penjualan yaitu keseluruhan pendapatan yang dihasilkan dari semua penjualan produk dan jasa dalam kurun waktu tertentu.³

Omset penjualan dipengaruhi oleh tingkat inflasi dan juga pembukuan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan, selain dari itu omset penjualan juga bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor antara lain adalah produk, harga, lokasi, dan juga promosi yang secara bersama-sama memberi pengaruh terhadap peningkatan omset penjualan.⁴

Omset penjualan memiliki peran penting di dalam sebuah bisnis

¹ Irawan, Basu dan Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005), 25.

² Chaniago, *Koperasi Di Indonesia* (Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: Lembaga Penerbit, 1998), 13.

³ Hadi Fahrul, *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Omset Penjualan Produk Haitea Surabaya* (Bangkalan : Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah, 2020), 43.

⁴ Jannah Nur, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omset Penjualan Pada PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi islam* (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), 19.

terutama di dalam bisnis online, peran tersebut diantaranya adalah mampu menyaring tenaga kerja, mengatasi masalah ketidakmampuan dan membantu distribusi barang atau produk, memaksimalkan strategi pemasaran digital, dan juga bisa membantu mempercepat teknologi yang ada.⁵

Bisnis yaitu kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan selaras dengan tujuan dan sasaran yang telah disusun, dan didalam buku ini juga dijelaskan pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya yaitu untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan disini adalah keuntungan dari bisnis yang dijalankan.⁶ Sedangkan menurut Musselman merupakan seluruh dari kegiatan yang diorganisir oleh seseorang yang tidak berurusan di dalam bidang industri dan perdagangan yang menyediakan barang atau jasa agar terpenuhinya suatu kebutuhan dalam perbaikan kualitas hidup.

Arti penting bisnis di dalam sebuah perusahaan tidak didirikan hanya profit oriented semata namun meningkatkan pendapatan, menciptakan barang dan jasa, menyejahterakan pemilik perusahaan dan juga masyarakat, keberadaan perusahaan dalam jangka panjang, perkembangan atau pertumbuhan, dan juga meningkatkan prestasi dan prestise.⁷ Maka dari itu bentuk luar suatu produk harus dapat dibuat semenarik mungkin untuk konsumen yang akan membeli produk atau

⁵ Sunardi Nardi, dkk, "Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan" *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, vol 1, (2020). 19.

⁶ Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi* (Bandung : Prenada Media, 2015), 20.

⁷ Dr. Hj. Apiaty Kamaluddin, M.SI, *Administrasi Bisnis* (Makasar : CV. SAH MEDIA, 2017), 6-7.

barang yang diperjual belikan atau yang ditawarkan. Oleh karena itu bisnis online shop harus mempunyai daya tarik tersendiri supaya dapat menarik konsumen untuk membeli produknya dan dari itu pula omset penjualan bisa berkembang secara bertahap.

Jenis-jenis bisnis ditinjau dari motifnya yaitu :

1. Bisnis yang mengarah keuntungan, contoh: perusahaan perorangan yang juga termasuk online shop, CV, Firma, PT, dan sebagainya.
2. Bisnis yang tidak mengarah keuntungan atau nirlaba, contoh : panti asuhan, LSM, dan lainnya.

Jika dilihat dari jenis kegiatan, yaitu :

1. Bisnis Ekstraktif yang berjalan dibidang pertambangan, contoh : parik semen, timah, dsb.
2. Bisnis Agraris yang berjalan di bidang pertanian, peternakan, perkebunan, dsb.
3. Bisnis industry yang berjalan di bidang usaha manufaktur, contoh : industry tekstil, garmen, mesin, dsb.
4. Bisnis jasa yang berjalan di bidang jasa yang memperoleh produk tidak berwujud, contoh : perbankan, kecantikan, dsb.⁸

Jadi, omset penjualan itu penting dalam sebuah bisnis, maka dari itu diperlukan strategi. Strategi adalah suatu rencana tentang cara-cara pendayagunaan dan penggunaan potensi dan sasaran kegiatan. Secara umum strategi dapat berupa garis-garis besar haluan untuk bertindak

⁸ Dr. Hj. Apiaty Kamaluddin, M.SI, *Administrasi Bisnis* (Makasar : CV. SAH MEDIA, 2017), 9-10.

dalam usaha untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan⁹. Berhubungan dengan masalah omset penjualan strategi bisa diartikan sebagai garis umum aktivitas promosi dalam upaya mengoptimalkan omset penjualan untuk tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Basu Swastha, promosi yaitu kegiatan berkomunikasi yang dilaksanakan pembeli dan penjual yang merupakan kegiatan untuk membantu dalam mengambil keputusan di bidang pemasaran serta memberi arah pertukaran supaya lebih memuaskan yang dilakukan dengan cara mensadarkan semua produk untuk menjadi lebih baik¹⁰. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, promosi merupakan suatu bentuk kegiatan pemasaran yang memberi informasi, mempengaruhi atau mengembangkan pemasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan¹¹.

Maka dari itu, diperlukan sebuah upaya untuk mengoptimalkan omset penjualan yaitu strategi promosi. Strategi Promosi menurut Kotler dan Armstrong, promosi yaitu sesuatu yang mempunyai semua alat yang termasuk ke dalam bauran promosi yang mempunyai peran utama adalah menciptakan komunikasi yang bersifat membujuk¹². Sedangkan Tjiptono berkata promosi yaitu suatu komunikasi dan alat yang baik untuk menilai

⁹ Johar Rahma dkk, *Strategi Belajar Mengajar* (Yogyakarta : Deepublish CV.Budi Utama, 2016), 1.

¹⁰ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta : Liberty, 1995), 234.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi II (Yogyakarta : ANDI, 1996), 129.

¹² Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta : Salemba Empat).

keinginan konsumen dengan baik.¹³

Diantara bisnis yaitu bisnis online shop, salah satunya adalah Girlies Shop Pulung Ponorogo. Girlies Shop Pulung merupakan bisnis online yang bergerak dalam bidang kosmetik, skincare, baju dsb. Kualitas yang dijual bagus serta ketersediaan berbagai jenis barang yang lengkap sehingga dapat memenuhi seluruh selera konsumen. Girlies Shop Pulung Ponorogo merupakan bisnis online yang sudah memiliki banyak pelanggan atau konsumen dan kadang juga ada konsumen yang menawarkan untuk menjadi reseller dari Girlies Shop Pulung Ponorogo. Girlies Shop Pulung Ponorogo juga sudah mempunyai pengikut yang banyak di social media seperti instagram dan juga facebook. Girlies Shop juga melakukan pemasaran dan promosi lewat whatsapp untuk pelanggan yang berkeinginan direspon cepat oleh pemilik Girlies Shop karena pemilik Girlies Shop Ponorogo sendiri yang memegang kendali untuk menjalankan bisnis online shop.¹⁴

Girlies Shop Pulung Ponorogo sudah menerapkan strategi promosi, dari produk, tempat, harga, dan promosi. Walaupun telah dilakukan strategi promosi oleh Girlies Shop Pulung Ponorogo, akan tetapi dilihat dari skala penjualan mengalami naik turun dan situasi tersebut dapat dilihat dari sasaran konsumen dan relasi penjualan Girlies Shop Pulung Ponorogo. Pemilik Girlies Shop Pulung Ponorogo mengatakan penjualan dilihat dari bulan Januari 2021 tingkat omset penjualannya setiap bulannya

¹³ Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa* (Malang : Bayu Media, 2017), 395.

¹⁴ Anindia, *Wawancara*, 07 September 2021 pukul 09.00 WIB.

cenderung mengalami penurunan dan fluktuasi.¹⁵ Faktanya fenomena yang ada dilapangan atau di online shop tersebut adalah setiap hari mereka sudah semaksimal mungkin melakukan promosi di semua sosial media dan dari pelanggan pelanggan yang melihat postingan girlies shop juga lumayan sangat banyak, promosi dilakukan juga sesuai dengan jam kerja atau di jam-jam orang lebih fokus menggunakan social media, produk-produk yang di tawarkan atau di perjual-belikan hanya produk lama dalam bahasa lain menghabiskan stock produk akan tetapi di online shop ini juga menyediakan produk baru namun, hanya saja di girlies shop mempromosikan produk baru ketika ada yang merekomendasi apa saja yang harus di promosikan sesuai dengan keinginan dan juga kebutuhan konsumen.

Etika yaitu studi tentang prosedur dan nilai-nilai tentang bagian antara benar dan tidak apa yang harus kita lakukan dan yang harus dihindari. Penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian pun dirasakan perlu lebih ditingkatkan, didalam berbisnis juga mengatur bagaimana cara berbisnis yang sesuai dengan etika bisnis islam¹⁶,maka dari itu berpromosi dengan mengunggah atau berpromosi penjualan produk dengan menampilkan foto wanita tidak berhijab dan menunjukkan aurat juga termasuk didalam etika bisnis islam. Islam mengatur tentang bisnis, aturan bisnis dalam islam antara lain sopan,tidak melaksanakan sistem ekonomi ribawi, tidak menipu atau mengurangi kualitas produk

¹⁵Anindia Mayangsari ,*Wawancara*, 07 September 2022.

¹⁶ Yunita Norma, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil", *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh*, Vol.1, No.1, (2018), 46.

yang diperjual belikan, tidak melakukan berbagai bentuk penipuan, tidak mengambil keuntungan secara berlebihan, tidak melakukan persaingan secara tidak sehat, tidak melakukan korupsi, kolusi dan nepotisme negatif, dsb.¹⁷ Kehadiran Nilai-nilai moral dan etis dalam bisnis tidak berarti bahwa perilaku dalam bisnis terlepas dari layak atau moral. Bisnis yang ingin sukses harus mengintegrasikan moral ke dalam rencana bisnis mereka secara keseluruhan.

Dari sudut pandang ini, peneliti tertarik untuk mempelajari lebih lanjut apakah strategi promosi yang dilaksanakan meningkatkan penjualan toko online atau menggunakan tes dan teknik analisis yang berbeda untuk menghasilkan kesimpulan yang sama atau menghasilkan kesimpulan yang berlawanan. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti atau mengkaji “Strategi Promosi dalam meningkatkan omset penjualan pada online shop girlies shop Pulung ditinjau dari Etika Bisnis islam”. (Studi Kasus Online Shop Girlies Shop Pulung Ponorogo).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah yang telah diuraikan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktek promosi yang dijalankan untuk meningkatkan omset penjualan oleh girlies shop pulung ponorogo?
2. Bagaimana faktor yang mempengaruhi praktek promosi yang dijalankan terhadap peningkatan penjualan?

¹⁷ Harahap Sofyan, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), 136.

3. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam pada girlies shop pulung ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana praktek promosi yang dijalankan untuk meningkatkan omset penjualan oleh online shop Girlies shop Pulung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana faktor yang mempengaruhi praktek promosi yang dijalankan terhadap peningkatan penjualan online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam pada girlies shop pulung ponorogo?

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik dan bagi Girlies Shop Pulung sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan badan pengetahuan dan penelitian yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan promosi untuk ekonomi syariah khususnya. Semoga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk online shop Girlies shop Pulung Ponorogo, hasil penelitian ini akan berguna dalam mengembangkan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan di toko online.
- b. Bagi Bisnis Online Shop Lain, temuan penelitian ini dapat digunakan untuk membantu mengembangkan strategi pemasaran untuk bisnis yang menjual secara online.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis selain menggunakan buku atau referensi yang relevan juga mengadakan review literature skripsi terdahulu guna menghindari dari kemiripan dan segi topic dan focus yang di gunakan penelitian tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

Pertama, menurut penelitian yang dilakukan Mulyani pada tahun 2019, “Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada rumah makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur”. Studi ini menemukan bahwa strategi pemasaran campuran dapat sukses dalam meningkatkan volume penjualan, dan bahwa analisis strategi pemasaran dapat membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.¹⁸

Kedua, menurut penelitian Qorry Prastiwi pada tahun 2019, “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Pabrik Roti Alfaris Bakery Medan”. Hasil penelitian menunjukkan dalam sebuah penelitian dengan analisis SWOT, strategi

¹⁸ Mulyani, “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur,” *skripsi* (Purwokerto: Tidak Diterbitkan, 2019), hal 56.

adalah pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk. Oleh karena itu, strategi merupakan strategi agresif, artinya perusahaan mampu mengembangkan dan meningkatkan kinerja yang ada. Kekuatan dan mempertahankan peluang yang ada.¹⁹

Ketiga, menurut penelitian yang dilakukan Muhammad Da'al Aula Arrodhipada tahun 2018, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan omset di MH Mart Kecamatan Pacitan Kabupaten Lamongan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan adalah *marketing mix* 4p.²⁰

Keempat, menurut penelitian Futiharum Nikmah, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pabrik The Kaligua Pandansari Paguyupan)". Hasil penelitiannya adalah dalam melakukan suatu usaha dengan menggunakan strategi bauran pemasaran, bahwa dalam penerapannya strategi pemasaran pada pabrik teh tersebut dapat meningkatkan volume penjualannya. Akan tetapi dalam praktiknya penerapan strategi pemasaran pada produk belum maksimal.²¹

Kelima, menurut penelitian Rika Sylviapada tahun 2019, "Penerapan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada UD Rahmani Sasirangan Kabupaten Banjar", hasil penelitiannya menunjukkan bahwa simpulan dalam penelitian ini adalah 4P dalam

¹⁹ Prastiwi Qorry "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Roti Alfaris Bakery Medan" *skripsi* (Medan: tidak diterbitkan, 2019), hal 43.

²⁰ Arrodhi Muhammad Da'al Aula, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan omset di MH Mart Kecamatan Pacitan Kabupaten Lamongan," *skripsi* (Surabaya: tidak diterbitkan, 2018), hal 69.

²¹ Nikmah Futiharum, *Strategi Pemasaran*, hal 17.

bauran pemasaran yang diterapkan UD Rahmani Sasirangan bahwa untuk variable produk sebanyak 85 responden.²²

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Siti Khairani pada tahun 2018, “Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang”. Hasil penelitian menyatakan kapasitas produksi meningkat 100% souvenir yang dihasilkan serta meningkatnya omset penjualan sebesar 80%, kesimpulannya adalah peningkatan produk baik jenis dan kualitas souvenir yang dihasilkan, peningkatan media penjualan dan peningkatan omset penjualan yang dihasilkan dari UMKM khas Palembang ini.²³

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Avita yang bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji McDonald Manado”.

Kedelapan, menurut Penelitian oleh Marceline Livia Hedynat pada tahun 2016, “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack”, hasil penelitian ini menunjukkan yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini menggunakan 5 bauran promosi untuk meningkatkan penjualan dan tidak hanya itu yang menjadi fokus strategi

²² Sylvia Rika, “Penerapan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada UD Rahmani Sasirangan Kabupaten Banjar”, STIE Nasional Banjarmasin: *Jurnal Ekonomi*, Vol.12.No.1, (2019), 12.

²³ Khairani Siti, “Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang,” Institute ILIN : *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.1.No.1 ,(2018).

promosi akan tetapi harus selalu diperbaiki/ditingkatkan dalam jangka waktu dekat.²⁴

Kesembilan, menurut penelitian dari Lilis Wahidatul Fajriyah pada tahun 2018, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaso Ibu Puji Ungaran dalam perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa dalam melakukan pemasaran tahu baso dengan melakukan *segmenting* dan *targeting*, strategi pemasaran yang mempunyai landasan pada bisnis secara islami dalam memasarkan produknya yang terjamin dengan kualitasnya, produk yang dijual sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.²⁵

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Irma Febrianti pada tahun 2018, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Ma’had Al-Jamiah Ulil Al-Absar”. Hasil penelitian adalah variable promosi atau strategi promosi berpengaruh dalam signifikan dan positif terhadap pembelian di Mahasantri Mahad Al-Jami’ah Ulil Al-Absar.²⁶

Ketigabelas, Penelitian yang dilakukan oleh Rendy Septi Sanjaya pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Omset Penjualan Unit Usaha Aqiqah pada Laz Nurul Hayat Medan”. Hasil

²⁴ Hedynata Marceline Livia, “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack”, Universitas Ciputra: *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 1, No.1, (2016),

²⁵ Fajriyah Lilis Wahidatul, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaso Ibu Puji Ungaran dalam perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* (Semarang: tidak diterbitkan, 2018), hal 122.

²⁶ Febrianri Irma, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Mahad Al-Jami’ah Ulil Al-Absar,” *skripsi* (Ponorogo : IAIN PONOROGO, 2018).

penelitian ini menunjukkan bahwa omset Aqiqah Laz Nurul Hayat terletak di Quadran untuk satu, jadi strategi yang tepat adalah kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang yang lebih besar dan melakukan pembayaran melalui integrasi horizontal melalui penggunaan kantor cabang memungkinkan pertumbuhan di berbagai bidang.²⁷

Keempatbelas, Penelitian yang dilakukan Siti Aminah pada tahun 2018 dengan judul skripsi “Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi di Makassar”. Hasil promosi yang dilakukan oleh perusahaan provider telekomunikasi sangat berpengaruh kepada konsumen dalam keputusan pembelian. Namun didalamnya masih terdapat strategi promosi yang terlarang dalam islam.²⁸

Kelimabelas, Penelitian yang dilakukan oleh Eriza Yolanda Maldina pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista”. Studi ini menemukan bahwa, ketika diterapkan melalui strategi pemasaran islam, butik Calista juga menggabungkan etika bisnis islam dan praktik dari Nabi Muhammad SAW.²⁹

Persamaan dari penelitian diatas adalah sama-sama membahas tentang strategi promosi dalam meningkatkan omset penjualan. Penelitian

²⁷ Sanjaya Rendy Septi, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan Unit Usaha Aqiqah pada Laz Nurul Hayat Medan,” *skripsi* (Medan : Universitas Negeri Sumatera Utara, 2017), 28.

²⁸ Aminah Siti, “Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi di Makassar,” *skripsi* (Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin, 2018), 32.

²⁹ Maldina Eriza Yolanda, “Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,” *Skripsi* (Palembang : UIN Raden Fatah, 2016), 41.

ini membahas berbagai jenis strategi promosi secara lebih rinci daripada penelitian sebelumnya untuk meningkatkan omset penjualan dalam etika islam.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data yang ada dilapangan. Sugiono percaya bahwa metode kualitatif adalah cara yang paling efektif untuk mempelajari post-positivisme yang digunakan untuk mempelajari kondisi objek alami di mana peneliti adalah pemain kunci.³⁰

Penelitian ini dikatakan *field research* karena dalam mengelola data dengan mencari secara data langsung dilapangan. Dengan menggunakan metode observasi pada online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo yang wawancara langsung kepada Anindia Mayangsari sebagai pemilik online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo.

2. Lokasi / Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Lokasi yang dilakukan objek penelitian ini adalah online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo yang terletak di Jl. Halim Perdana Kusuma, rt 03/rw 03, Dukuh Krajan, Desa Sidoharjo, Pulung, Ponorogo. Alasan peneliti melakukan penelitian di online shop Girlies

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2014), 9.

Shop Pulung Ponorogo ini karena ingin mengetahui penerapan strategi promosi di online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo dan menganalisa tingkat efektivitas strategi promosi tersebut dengan menggunakan strategi promosi yang ditinjau dari etika bisnis islam dengan harapan bisa membantu dalam meningkatkan omset penjualan online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo ini.

3. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data penelitian ini menggunakan data primer, yaitu :

- a. Penerapan praktekpromosi yang dijalankan di online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo yang bersumber dari pemilik online ship Girlies Shop Pulung Ponorogo.
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi praktek promosi terhadap peningkatan penjualan di online ship Girlies Shop Pulung Ponorogo yang bersumber dari pemilik online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo.
- c. Tinjauan terhadap etika bisnisislam pada girlies shop pulung ponorogo.

Sumber Data yang akan di peroleh dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Sumber Data Primer

Sumber data primer berasal dari data yang di peroleh secara

langsung pada subjek sebagai sumber informasi.³¹ Sumber data primer yang akan di teliti dalam penelitian ini di peroleh dari wawancara dan observasi langsung kepada pemilik Girlies Shop Pulung.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang di peroleh dari dokumen (jadwal, rekaman, dan lain-lain), foto, dan lain sebagainya yang dapat memperkaya data dasar.³² Dalam penelitian ini di peroleh dari literature atau data tertulis yang di peroleh dari riset kepustakaan merupakan riset penelitian oleh para ilmuwan yang memberikan pembahasan tentang startegi promosi untuk meningkatkan omset penjualan di tinjau dari islam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penyelidikan, kerana matlamat utama penyelidikan adalah untuk mendapatkan data. Tanpa pengetahuan tentang teknik pengumpulan data, penyelidik tidak akan mendapat data yang memenuhi kriteria data tertentu. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara

³¹ Meleong Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:PT.Sigma, 1996), 28.

³² Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 21-22.

sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.³³ Mengamati objek yang dipelajari secara langsung memungkinkan pembahasan yang jelas tentang masalah yang kemudian dapat diselesaikan menggunakan rumusan masalah yang diketahui. Penelitian dengan observasi berarti turun langsung ke online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo untuk melihat secara langsung proses strategi promosi yang digunakan.

2. Wawancara

Wawancara adalah sejumlah pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden secara lisan.³⁴ Hal itu harus dilakukan secara mendalam agar peneliti mendapatkan data yang valid dan detail.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara untuk mengumpulkan informasi tentang hal-hal atau variabel yang merupakan rekaman, transkrip, buku, surat kabar, majalah, atau agenda.³⁵ Dalam penelitian ini dokumentasi didapatkan dari pihak Girlies Shop Pulung Ponorogo tentang informasi yang dibutuhkan.

³³ Sujarweni V. Wiratma, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 4.

³⁴ *Ibid*, hlm .97.

³⁵ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Rinaka Cipta: Bandung, 2006), 231.

5. Teknik Pengolahan Data

Adapun pengolahan data yang digunakan oleh penyusun adalah dengan cara sebagai berikut :

- a. Editing, yaitu dengan melihat semua data dalam format yang lebih lengkap, dapat dibaca, dan jelas. Selain itu data harus relevan dan lengkap dalam unit atau kelompok data. Dalam penelitian ini , peneliti memeriksa dan menyesuaikan data yang telah diperoleh dengan pihak-pihak yang terkait apakah sesuai dengan pokok permasalahan penelitian ini.
- b. Pengorganisasian data, yaitu dengan menyusun dan mensistematika pertanyaan-pertanyaan dalam perumusan masalah. Dalam penelitian ini setelah data yang diperlukan peneliti cukup, maka langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah mengembangkan data tersebut kedalam proposal penelitian.
- c. Analisis data, yaitu dengan proses interpretasi data adalah apa saja yang memungkinkan untuk digunakan dalam cara menghasilkan informasi yang berguna. Proses ini dimulai dengan pengumpulan data yang terus-menerus diperiksa untuk memastikan kesimpulan akhir.³⁶ Setelah memperoleh data yang sesuai kemudian data tersebut diolah dan dicocokkan dengan teori dan dalil yang sesuai dengan permasalahan dan teori

³⁶ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo : STAIN Po PRESS, 2010), 152-153.

dalam penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan merupakan data kaulitatif induktif, yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam mempelajari unit, melakukan sintesis, dan mengukur informasi ke dalam corak. Hal tersebut juga harus memilih aspek mana yang paling penting untuk menjadi focus dan membuat kesimpulan yang mudah dipahami.³⁷ Dalam teknik analisa data ini peneliti menggunakan teori strategi pemasaran syariah, Promosi, dan penjualan di online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo yang akan dibahas dan di tarik kesimpulan.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data meliputi uji kredibilitas data (*validasi internal*), uji depenabilitas (*reliabilitas*) data, uji transferabilitas (*validitas eksternal/generalisasi*), dan uji komfirmabilitas (*objektivitas*). Namun yang utama adalah uji kredibilitas data. Uji kredibilas data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman, membercheck dan analisa kasus negative.³⁸

Untuk memeriksa data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2014), 244.

³⁸ *Ibid.*, 294.

teknik triangulasi. Menurut Sugiono triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga macam triangulasi yaitu :

a. Triangulasi Sumber

Untuk menghasilkan keandalan data diperiksa untuk melihat apakah data tersebut berasal dari berbagai sumber yang dapat dipercaya. Data dapat diperoleh dari otoritas tertinggi atau bawahan, bisa juga karyawan dan tempat kerja yang merupakan kelompok kerjasama.

b. Triangulasi Teknik

Data diuji dengan memverifikasi data ke sumber yang sama menggunakan teknologi yang berbeda. Misalnya, data yang diperoleh melalui wawancara kemudian diklarifikasi dengan catatan dan dokumen.

c. Triangulasi Waktu

Waktu data mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan melalui wawancara di pagi hari ketika yang akan diwawancara masih segar lebih dapat dipercaya daripada data yang dikumpulkan kemudian pada hari ketika wawancara mungkin lelah atau memiliki lebih banyak waktu untuk memikirkan wawancara.

³⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2014), 273-274.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini dibagi menjadi 5 bab yang secara ringkas diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran keseluruhan tentang judul studi, masalah yang dihadapi, formula penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian yang ditinjau studi penelitian sebelumnya mengenai topic yang dibahas.

BAB II : LANDASAN TEORI STRATEGI PROMOSI

Bab ini memberikan pemahaman dasar tentang teori yang digunakan untuk menganalisis masalah dalam laporan penelitian. Teori yang dibahas dalam penelitian ini berkaitan dengan penggunaan promosi untuk menarik pelanggan, dan etika bisnis dalam islam.

BAB III : GAMBARAN UMUM TENTANG ONLINE SHOP GIRLIES SHOP PULUNG PONOROGO

Pada bab ini menguraikan tentang data penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya online shop ini, penerapan strategi pemasaran, dan penerapan promosi pada online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo.

BAB IV : ANALISIS KOMPONEN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN

Bab ini menjelaskan tentang proses untuk menafsirkan data menggunakan teori untuk menjawab pertanyaan dalam formalisasi masalah. Bagian ini mencakup hasil survei termasuk aplikasi komponen strategi pemasaran untuk memperluas penjualan di online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo ini, dan penerapan cara promosi untuk meningkatkan omset penjualan di online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai penerapan komponen strategi promosi dalam meningkatkan omset penjualan. Pada bab ini juga memuat tentang saran-saran untuk pihak online shop Girlies Shop Pulung Ponorogo yang bersangkutan serta pihak lain yang berkepentingan dengan penelitian ini.

BAB II KAJIAN TEORI

C. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Statogos*, yang berarti militer yang berarti memimpin.¹ Promosi sendiri merupakan proses untuk mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial. Sedangkan tujuan promosi adalah untuk membantu tercapainya tujuan pemasaran dan perusahaan secara meluas.² Ada beberapa definisi dari strategi yaitu dari para ahli :

1. John A. Byrne mendefinisikan strategi adalah sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.³
2. Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.⁴

¹ Purnomo Setiawan Hari dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi Sebuah Konstruksi* (Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI. 1999), 8.

² Mulyana Mumuh, *Strategi Promosi dan Komunikasi*, Materi Tutorial Online (diakses pada tanggal 12 Juni 2019).

³ Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), 29.

⁴ Umar Husein, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta:PT. Grafindo Persada,2010), 17.

Menurut Kotler dan Amstrong, Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.⁵ Strategi promosi menurut Lamb et al, adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi, periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan.⁶ Sedangkan menurut Tjiptono adalah strategi komunikasi dan alat-alat yang baik untuk menilai keinginan konsumen dengan baik.⁷

Menurut Kotler & Amstrong, Bauran Promosi (*Promotion mix*) sebagai perpaduan spesifik alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan value ke konsumen secara persuasive dan membangun relasi konsumen.⁸ Bauran promosi terdiri dari 8 model dirangkum dari buku Kotler dan Keller, Kotler & Amstrong, yaitu:

1. Iklan atau Advertising

Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen ke konsumen untuk menyampaikan pesan dari sponsor melalui media⁹. Adapun pengertian iklan atau advertising adalah semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang lebih jelas melalui media cetak ,

⁵ Kotler,P & Amstrong, G, *Principles Of Marketing Global Edition*(14th ed), New Jersey (US:Pearson Education,inc, 2012), 26.

⁶ Lamb, *Essential Of Marketing*(6th ed) (US: South-Western Congago Learning, 2009).

⁷ Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa* (Malang : Bayu Media, 2017). 395.

⁸ *Ibid*, 408.

⁹ Lukitaningsih Ambar, "Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran," Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa: *Jurnal Ekonomi Kewirausahaan*, Vo 13, No. 2, (2013), 117.

media penyiaran, media jaringan, dan media elektronik, papan petunjuk.

Sehingga menurut penulis, yang dimaksud iklan atau advertising adalah kegiatan yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempengaruhi dan mengarahkan pikiran orang lain pada suatu tujuan tertentu dan menggunakan media tertentu.

2. Sosial Media

Sosial Media salah media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun termasuk konsumen, penyalur, pemasok, dan berbagai pihak yang berkepentingan. Social media juga sangat membantu sebagai sarana penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen. Social media juga bisa untuk membangun image merek suatu produk.¹⁰

3. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Hubungan Masyarakat dan Publisitas adalah berbagai program yang diarahkan secara internal kepada karyawan dari perusahaan dari konsumen luar atau perusahaan lain untuk membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen untuk melindungi citra perusahaan atau produk komunikasi individu yang positif.

¹⁰ Priambada Swasta, *Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)* Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), 44.

4. Promosi dari Mulut ke Mulut

Komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.¹¹

Menurut Suryani, tujuan promosi berkaitan erat dengan upaya bagaimana pembeli atau calon pembeli dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya dengan berubah sikap, menyukai, dan lalu akhirnya membeli supaya selalu ingat produk tersebut. Tujuan promosi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Menyebarkan informasi produk kepada masyarakat.
2. Untuk menaikkan pendapatan dan juga profit.
3. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi penurunan pasar.
4. Membedakan serta mengunggulkan produk dibandingkan dengan pesaing.
5. Membentuk citra produk di mata pembeli.¹²

Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi:

1. Faktor Internal
 - a. Kemampuan perusahaan dalam mengelola produk yang akan dipasarkan dan diperjual belikan.
 - b. Kebijakan harga dan promosi yang digunakan.
 - c. Support Keluarga dalam membantu melakukan bisnis.

¹¹ Keller dan Kotler, *Marketing Manajemen* (14th ed), New Jersey (US:Pearson Education, inc, 2012), 498-501.

¹²Suryani, "Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sparepart Pada PT.Aksara Motor Medan," *jurnal ilmiah integritas*, 2(1), (2016), 1-13.

2. Faktor Eksternal

- a. Perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional dan internasional.
- b. Kebijakan pemerintah dalam bidang ekonomi, perdagangan, dan moneter.
- c. Bersaing dengan pesaing pasar.

Penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produksi dari perusahaan kepada konsumen. Sehingga penggunaannya sesuai yang diperlukan.¹³

D. Etika Bisnis Islam

Menurut para ahli Sony Keraf, Etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia baik secara pribadi maupun kelompok.¹⁴ Adapun ada pengertian lain dari etika menurut *Webster Dictionary*, secara etimologis, etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas dan kewajiban moral, atau bisa mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral.¹⁵

Menurut Abdul Aziz etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang

¹³ Tjipton Fandi dan Chandra Gregorius, *Pemasaran Strategik* (Penerbit Andi: Yogyakarta, 2008), 283.

¹⁴ Sayekti, *Etika dan Etos Kerja* (Kuliah Umum : Membangun karakter mahasiswa sebagai tenaga kerja profesional di era revolusi industry 4.0, 2020), 15.

¹⁵ Prof. Harahap Sofyan, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), 15.

selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.¹⁶ Artinya, etika bisnis islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis yaitu perusahaan.

Secara sederhana mempelajari etika bisnis islam berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas.¹⁷ Moralitas disini berarti baik/buruk, benar/salah, wajar/tidak wajar, dan pantas/tidak pantas dari perilaku manusia.

Prinsip-prinsip umum etika bisnis ialah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis yang mana harus dimiliki pebisnis apalagi pebisnis muslim yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis. Prinsip-prinsip umum etika bisnis yaitu:

1. Keesaan (Tauhid)

Tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjamin kelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan dan kehormatan manusia yang telah didesain oleh Allah untuk menjadi makhluk yang dimuliakan.¹⁸ Sumber utama etika islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dalam prinsip tauhid harus mengakui keesaan Allah

¹⁶ Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

¹⁷ Badroen Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 70.

¹⁸ Karim Adiwarmanto A, *Ekonomi Mikro Islam Edisi ke-3* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 17.

SWT dan yakin segala sesuatunya yang ada di muka bumi ini hanya Allah SWT semata.

2. Keadilan

Keadilan adalah suatu masalah yang sangat sulit diterapkan, mudah dikatakan tetapi sulit dilaksanakan. Konsep keadilan ekonomi dalam islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain.¹⁹ Menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan, akan tetapi juga diperintahkan dalam transaksi bisnis.

3. Kejujuran

Kejujuran adalah sifat (keadaan), ketulusan (hati) yang setiap akad (transaksi) dalam bisnis pasti di bangun oleh dua pihak atau lebih. Akad pun terlahir atas persetujuan yang telah disepakati para pihak baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis.²⁰ Adanya prinsip kejujuran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku mencegah terhadap hal kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama, atau perjanjian bisnis.

4. Tanggung Jawab

Tanggung Jawab merupakan suatu prinsip yang berhubungan dengan perilaku manusia. Segala kebebasan dalam melakukan aktifitas bisnis oleh manusia, maka manusia tidak terlepas dari

¹⁹ Lubis Ibrahim, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2* (Jakarta: Kalam Mulia, 1995), 466.

²⁰ Ibid., 310.

pertanggungjawaban yang harus diberikan manusia atas aktifitas yang dilakukan²¹. Tanggung Jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.

Menurut buku milik Johan Arifin yang berjudul Etika Bisnis Islam pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis islam di antaranya adalah:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam lingkup bisnis.
- b. Melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islam dan cara pemahaman pandangan baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas.
- c. Berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang semakin jauh dari nilai-nilai etika, dalam arti bahwa bisnis beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.²²

Fungsi etika bisnis Islam sangat berpengaruh besar dalam hasil suatu usaha tingkat bisnis, bisnis yang baik akan menghasilkan suatu usaha tersebut dapat kea rah yang berhasil atau gagal.

Dasar Hukum Etika Bisnis Islam dalam Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara

²¹Ibid.,311.

²² Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 76.

kebatilan dan kedzoliman, tetapi dilakukan dengan atas adasar sukarela dan keridhoan, baik ketika untung maupun rugi, ketika membeli dan menjual dan lain-lain. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29 dengan arti: “ *Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamau dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”²³ Ayat tersebut menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkat dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat.

²³ Q.S An-Nisa (4) : 29.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Deskripsi Umum Tentang Online Shop Girlies Shop Pulung Ponorogo

1. Sejarah Berdirinya Online Shop Girlies Shop Pulung

Berdirinya online shop Girlies Shop Pulung ini berawal dari teman pemilik online shop yaitu Anindia minta tolong untuk mencari barang online yang dibutuhkan oleh teman Anindia, dan Anindia mencari barang tersebut lalu Anindia berfikir untuk berjualan barang tersebut karena sedang trend. Anindia juga menjual barang orang-orang, lalu mencari untuk sedikit demi sedikit. Dari untung itulah Anindia menggunakan uang tersebut untuk modal mengambil barang sendiri dari agen supplier lalu menjual barang tersebut dari modal sendiri dan lama-lama Anindia bisa merestock barang sendiri. Berawal dari situlah Anindia membuka online shop yang di beri nama Girlies Shop Pulung Ponorogo yang menjual barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen.¹

Tidak hanya itu di online shop Girlies Shop Pulung ini juga menjual barang-barang yang sudah ada di toko atau barang yang sudah ready dan tidak hanya barang rekomendasi dari konsumen. Untuk produk-produk yang dijual yaitu dari baju, celana, kosmetik,

¹ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

skincare, hijab, dan lain-lain.²

2. Visi dan Misi Online Shop Girlies Shop Pulung

a. Visi

Girlies Shop Pulung menjadi online shop di berbagai bidang guna mempermudah belanja konsumen, yang bertempat di Pulung Ponorogo. Girlies Shop Pulung juga menjadi pusat online shop yang memberi kesan puas dan nyaman kepada konsumen sehingga mereka akan membeli barang di Girlies Shop dan menjadi pelanggan setia.

b. Misi

- 1). Memberi kepuasan kepada konsumen adalah tujuan Girlies Shop Pulung.
- 2). Menyediakan semua kebutuhan konsumen yang selalu mengikuti trend masa kini.
- 3). Memberikan pelayanan terbaik untuk para konsumen, dengan berupa kualitas produk dan barang terjamin dengan harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.³

3. Lokasi Girlies Shop Pulung

Online Shop Girlies Shop Pulung bertempat di Jl. Halim Perdana Kusuma, rt 03/rw 03, Dukuh Krajan, Desa Sidoharjo, Pulung, Ponorogo.

²Anindia, *Observasi*, 10 Maret 2022.

³Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

4. Akun Media Sosial

Online Shop Girlies Shop Pulung mempunyai beberapa akun sosial media untuk mempromosikan produk sebagai berikut:

a. *Instagram*

Nama *Instagram* online shop “ Anindiabeauty_shop “ sama dengan nama pemilik Girlies Shop Pulung.

b. *Facebook*

Nama akun *facebook* online shop “ Anindia Mayangsari “.

c. *WhatsApp*

Pada online shop Girlies Shop Pulung rajin menggunakan media social *whatsapp* sebagai media promosi. Nomer akun *WhatsApp* yaitu “ 089619632786 “. ⁴

5. Aspek Tenaga Kerja

Dalam sebuah usaha tenaga kerja menjadi salah satu faktor penting, tanpa adanya tenaga kerja tidak akan ada proses kerja di dalam usaha. Tenaga Kerja Merupakan aspek penting dalam menjalankan struktur ekonomi suatu perusahaan atau organisasi. ⁵ Tenaga kerja akan menentukan tercapainya tujuan, proses, dan keberhasilan usaha. Sejauh ini tenaga kerja yang ada di Girlies Shop Pulung hanya pemilik (Anindia) Girlies Shop saja yang menjalankannya dari mulai admin, pemasaran, packing, dll. Kalaupun ada yang membantu yaitu adik dari pemilik (Lia) ketika Anindia

⁴ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

⁵ Aksin Nur, “Upah dan Tenaga Kerja (Hukum Ketenagakerjaan Dalam Islam),” Universitas PGRI Semarang: *Jurnal Meta-Yunus*, Vol. 1, No. 2, (2018), Abstrak.

sedang berada di kota untuk melakukan *Cash On Delivery* (COD).⁶

6. Aspek Modal

Modal merupakan satu bagian penting dari sebuah usaha, modal bermanfaat untuk menunjang kelangsungan hidup usaha dalam menjalankan kegiatan usaha dan dapat membuat usaha bisa lebih berkembang.⁷ Online shop *Girlies Shop Pulung* memulai usaha dengan modal pertama sebesar Rp. 200.000,00 modal tersebut berasal dari hasil jual barang orang dan tabungan pribadi pemilik usaha. Setelah usahanya mulai mengalami perkembangan, *Girlies Shop Pulung* ini melakukan penambahan modal yang berasal dari pinjaman pihak lain.⁸

B. Deskripsi Khusus Praktek Strategi Promosi yang Dijalankan Online Shop *Girlies Shop Pulung*

Promosi sebagai semua kegiatan yang pengusaha lakukan untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan produk untuk memenuhi target pasar. Promosi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu bisnis dalam pemasaran membujuk kosumen atau sasaran pasar untuk membeli produk yang di jual. Promosi bertujuan dalam memodifikasi tingkah laku konsumen, mengonfirmasikan produk yang ada kepada konsumen, membujuk konsumen agar tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Pada online shop “ *Girlies Shop Pulung* “ ini dalam meningkatkan omset penjualan, promosi yang dilakukan seperti yang disampaikan pemilik

⁶Anindia, *wawancara*, 10 Maret 2022.

⁷ Putra I Putu Danendra, “Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan denagn Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating,” *Universitas Udayana: Jurnal EP Unud*, Vol 4, No. 9, (2015), 1113.

⁸Anindia, *wawancara*, 10 Maret 2022.

online shop “ Girlies Shop Pulung “ yaitu:

1. Sosial Media

Promosi yang dilakukan olshop girlies shop Pulung ini yaitu melalui via online media sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, dan *facebook*. Pemilik membuat akun media social dengan nama merek online shop yaitu *Anindiabeauty_shop*. Pemilik sering mengupload foto-foto dan video tentang produk yang di jual di online shop ini di *story* dan *feed instagram* maupun di akun *facebook* dan *whatsapp*. Tujuannya sering mengupload atau update status yaitu untuk menarik minat konsumen dengan menunjukkan berbagai koleksi yang ada tanpa konsumen harus berkunjung langsung ke tempat girlies shop dan jika tertarik produk yang ada konsumen bisa datang langsung atau membeli melalui online. Dalam melakukan promosi produk di social media tentu tidak sembarang barang yang di upload. Hal ini mengikuti *trend* saat ini dan melihat sasaran pasar yang banyak diminati konsumen.⁹ Pertanyaan tersebut dijawab langsung kepada pemilik girlies shop Pulung sebagai berikut:

Dalam pemasaran dan pembelian produk baru harus rajin melihat trend fashion atau produk yang saat ini sedang berkembang, agar online shop Gilries Shop Pulung tetap eksis di pasaran dunia online shop pada media social dengan produk-produk terbaru yang tentunya trend pada saat ini.¹⁰

Dari pernyataan diatas selaras dengan pernyataan konsumen

⁹ Anindia, *Observasi*, 10 Maret 2022.

¹⁰ Anindia, *Observasi*, 10 Maret 2022.

sebagai berikut:

Kalau berkunjung di Girlies Shop Pulung biasanya melihat upload story produk dari *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram* Girlies shop Pulung. Disini produk yang di tawarkan banyak produk baru seperti skincare dan juga produk-produk yang trend saat ini juga ada. Di Girlies Shop Pulung selalu update barang datang, barang baru di media social dan terkadang langsung keracunan untuk membeli barang tersebut.¹¹

Dari hasil wawancara di atas promosi kebanyakan dilakukan di media social. Karena tidak dipungkiri pada masa saat ini media social menjadi kebutuhan masyarakat dan setiap orang saat ini pasti mempunyai media social karena media social bukan sebagai sarana hiburan saja, akan tetapi juga menjadi sarana untuk berbisnis dan akan menjadi pintu rezeki jika dimanfaatkan dengan sebaik mungkin.

2. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Hubungan Masyarakat dan publisitas biasa disebut dengan kerjasama antar perusahaan.¹² Kerjasama disini yang dilakukan girlies shop antara lain yaitu *endors* dan kerjasama dengan teman ataupun orang lain. Dari pernyataan tersebut timbul pertanyaan peneliti sebagai berikut:

bagaimana cara bekerjasama dengan orang lain untuk mendapatkan konsumen atau masukan pendapatan yang diinginkan dan bagaimana sistemnya untuk melakukan kerjasama tersebut.

Dari pertanyaan tersebut dijawab oleh pemilik online shop sebagai

¹¹ Devita (konsumen), *Wawancara*, 10 Maret 2022.

¹² Novena, dkk, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata* (Bogor: Universitas Diponegoro, 2020), *Abstrak*.

berikut:

biasanya pemilik melakukan kerjasama dengan cara meminta tolong kepada pihak kedua yaitu teman, tetangga, atau orang lain untuk mempromosikan produk online shop lalu ketika produk tersebut laris atau ada yang membeli dari pihak kedua hasil dari penjualannya tersebut 80% untuk pemilik dan yang 20% untuk pihak kedua yang bersedia untuk membantu mempromosikan.¹³

Dari pernyataan dari pemilik tersebut, timbul pertanyaan peneliti sebagai berikut:

lalu bagaimana cara meyakinkan kepada konsumen untuk tertarik membeli kepada pihak kedua dan percaya kepada pihak kedua tersebut.

Dari pertanyaan tersebut diperkuat oleh pemilik sebagai berikut:

Untuk meyakinkan kepada konsumen atau pembeli pemilik akan memberikan bahan dan kata-kata promosi yang sangat menarik untuk menarik minat konsumen, pihak kedua bisa menciptakan kreatifitas promosi sendiri untuk menarik minat konsumen juga sehingga pemilik tidak mewajibkan bahan promosi dari pemilik semua.¹⁴

Dari pernyataan dari pemilik tersebut timbul pertanyaan peneliti kepada pihak kedua (*reseller*) sebagai berikut:

Dari pernyataan dari pemilik *girlies shop Pulung* dalam berpromosi bagaimana cara anda meyakinkan konsumen untuk membeli produk anda bahkan anda sendiri tidak ada wujud barang melainkan hanya modal bahan promosi.

Dari pertanyaan tersebut diperkuat oleh pihak kedua (*reseller*) sebagai berikut:

¹³ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

¹⁴ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

untuk menyakinkan konsumen akan produk yang saya tawarkan yaitu dengan cara membuat *story whatsapp, instagram, facebook* semenarik mungkin dan memanfaatkan bahan promosi dari Anindia lalu diolah menjadi foto dan video promosi setiap hari sehingga konsumen akan selalu melihat lalu keracunan. Atau bisa juga saya akan memberi potongan harga atau diskon untuk maksimal dan beberapa kali pembelian, akhirnya dari situlah konsumen akan tertarik untuk membeli.¹⁵

Dari pernyataan pihak kedua tersebut timbul pertanyaan dari peneliti sebagai berikut:

lalu apakah anda tidak akan mengalami kerugian dan disamping itu anda juga masih menjadi *reseller* yang tentunya akan mendapatkan keuntungan dari anda berjualan tidak banyak.

Dari pertanyaan tersebut diperkuat oleh pihak kedua sebagai berikut:

memang saya masih menjadi *reseller* akan tetapi saya masih belum mempunyai banyak modal untuk mendirikan usaha sendiri dan saya percaya lama-lama dari usaha saya yang bekerja sama dengan *girlies shop Pulung* akan menjadi berkembang dan saya juga akan bisa menciptakan *reseller-reseller* saya sendiri. Keuntungan saya memang tidak banyak akan tetapi bisa untuk menambah penghasilan dan saya juga masih seorang mahasiswa yang belum mempunyai pekerjaan dan termasuk bisa meringankan beban orang tua saya.¹⁶

Dari penjelasan dari pemilik online shop *Girlies Shop Pulung* tersebut bahwa dalam melakukan hubungan masyarakat pemilik melakukan kerjasama dan membagi hasil penjualan kepada pihak kedua untuk menjalin hubungan masyarakat yang bertujuan untuk mempromosikan

¹⁵ Khalista (*reseller*), *Wawancara*, 10 Maret 2022.

¹⁶ Khalista (*reseller*), *Wawancara*, 11 Maret 2022.

produk online shop dari Girlies Shop Pulung.

3. Promosi dari Mulut Ke Mulut

Promosi lewat mulut ke mulut juga merupakan salah satu promosi yang biasa tidak sengaja digugakan oleh beberapa online shop, karena promosi mulut ke mulut tersebut tidak dilakukan online shop akan tetapi dari para konsumen yang sudah pernah berbelanja di girlies shop Pulung yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.¹⁷ Lalu timbul pertanyaan peneliti kepada pemilik Girlies Shop pulung sebagai berikut:

Bagaimana cara anda melakukan promosi mulut ke mulut ini padahal mereka belum kenal dengan girlies shop sebelumnya.¹⁸ Dari pertanyaan tersebut diperkuat dengan jawaban dari pemilik girlies shop Pulung sebagai berikut:

Pemilik memberikan citra baik kepada konsumen yang pertama kenal dengan online ini agar konsumen merasa puas berbelanja di Girlies Shop Pulung dengan kualitas produk yang ditawarkan dan pelayanan yang baik. Konsumen juga sering datang dengan orang yang berbeda beda dengan orang yang sebelumnya datang ke Girlies Shop. Ada juga masyarakat yang tahu tentang online shop ini dari teman dan saudara.¹⁹ Dari pernyataan di atas selaras dengan pernyataan konsumen sebagai berikut:

konsumen mengetahui online shop Girlies Shop Pulung ini dari teman yang pernah belanja di Girlies Shop Pulung. Teman

¹⁷ Hedynata ML, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack," Universitas Ciputra: *Jurnal Performa*, Vol. 1, No. 1, 1, (2016), 39.

¹⁸Ibid.

¹⁹ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

konsumen berkata produk-produk yang ditawarkan di Girlies Shop pulung bagus-bagus dan ada berbagai macam produk yang lengkap.²⁰

Dari hasil wawancara di atas bahwa promosi mulut ke mulut bisa menumbuhkan citra baik kepada konsumen yang akan menumbuhkan hal positif kepada calon konsumen baik terhadap online shop Girlies Shop Pulung ini.

C. Deskripsi Faktor Yang Mempengaruhi Praktek Promosi Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung

Faktor-faktor dalam hal yang bisa menyebabkan atau mempengaruhi praktek promosi yang dijalankan untuk meningkatkan omset penjualan di suatu bisnis online adalah ada faktor dari dalam dan dari luar perusahaan, dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi online shop girlies shop Pulung dalam menjalankan usahanya yaitu sebagai berikut:

a. Perkembangan Ekonomi dan Perdagangan Baik Nasional dan Internasional

Perkembangan ekonomi dan perdagangan baik di nasional dan internasional dalam online shop girlies shop Pulung yaitu mengikuti beberapa ajang demo *skincare* yang diadakan oleh distributor tempat girlies shop mengambil produknya.

²⁰ Devita, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

Jadi perkembangan ekonomi baik nasional maupun internasional girlies shop masih mengikuti perkembangan ekonomi di nasional. Biasanya girlies shop mengikuti perkembangan bisnisnya melalui berbagai ajang atau event yang diselenggarakan untuk mempromosikan produk dari distributor.²¹

Jadi dalam mengikuti perkembangan ekonomi yang ada girlies shop masih berada di dalam jalur nasional karena menurut girlies shop sendiri usaha bisnis online shop yang mereka jalani masih terbelang kecil dan masih butuh banyak pengalaman.

b. Pesaing Pasar

Pesaing merupakan ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen atau sumber daya yang dibutuhkan,²² sehingga dalam persaingan perlu strategi untuk mengatasinya yaitu seperti yang dilakukan Anindia selaku pemilik girlies shop harus pintar-pintar berkreasi semenarik mungkin promosi yang akan diposting supaya beda dengan pesaing lain dan tentunya bisa menarik perhatian konsumen.

Menurut Anindia mengenai faktor dari luar ini biasanya hanya masalah dengan pesaing yang sama-sama berbisnis di bidang online shop ataupun promosi yang mereka gunakan sama dengan promosi atau bahan promosi yang digunakan girlies shop Pulung, dikarenakan

²¹ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

²² Agung Rizal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan dan Pertumbuhan Pasar," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol.2, No.4, (2021), 417.

mereka sama-sama mengambil distributor yang sama.

Dari pernyataan tersebut timbul pertanyaan dari peneliti sebagai berikut:

bagaimana cara anda mengatasi masalah tersebut supaya promosi yang anda gunakan berbeda dengan promosi pihak lain yang tentunya dari distributor yang sama.

Dari pertanyaan tersebut diperkuat jawaban dari pemilik girlies shop Pulung sebagai berikut:

untuk mengatasi hal tersebut saya akan memutar otak untuk kreatif mungkin membuat promosi semenarik mungkin untuk menarik konsumen, lalu biasanya saya juga minta tolong kepada teman saya untuk membuatkan bahan promosi yang hampir mirip dengan yang diberikan distributor dan tentunya bisa berbeda dengan pihak lain.²³

Dari pernyataan diatas lalu timbul pertanyaan dari pemilik sebagai berikut:

lalu bagaimana cara anda untuk menyikapi banyak pesaing dalam berbisnis lalu juga memiliki distributor yang sama dalam mengambil barang, apakah tidak ada distributor lain untuk anda mengambil barang.

Dari pertanyaan diatas diperkuat jawaban dari pemilik sebagai berikut:

untuk menyikapi banyaknya pesaing dalam melakukan bisnis itu adalah hal yang wajar sebagai pebisnis yang termasuk belum lama seperti saya ini, karena ini dunia bisnis maka mau tidak mau harus menerima resiko tersebut, untuk menyikapinya saya selalu bersikap sabar dan juga harus memiliki keaktifan dan kreatifitas dalam melakukan promosi agar konsumen selalu bisa melihat promosi produk saya dan walaupun itu sudah rejeki saya maka tidak akan

²³ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

kemana. Dan untuk masalah distributor, ada distributor lain akan tetapi beda distributor biasanya harga yang ditawarkan juga beda. Maka dari itu saya juga akan memilih distributor yang memiliki harga miring agar saya ketika akan menjual lagi bisa memiliki keuntungan yang saya harapkan.²⁴

2. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi online shop girlies shop Pulung dalam menjalankan usahanya sebagai berikut:

a. Kemampuan Perusahaan Dalam Mengelola Produk Yang Dipasarkan dan Diperjual belikan

Dalam mengelola produknya girlies shop Pulung melakukan promosi dengan cara memanfaatkan social media seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*.

Girlies shop dalam mempromosikan produknya atau menawarkan produk melalui social media seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook* karena social media tersebut sudah menjadi hal yang wajar untuk para pebisnis dalam bidang online shop. dan oleh hal itu girlies shop juga mencoba untuk mengelola online shop ini melalui media social.

Dari pernyataan pemilik girlies shop Anindia bahwa girlies²⁵shop juga menggunakan media social sebagai tempat untuk berpromosi seperti online shop yang lain, hal tersebut juga biasa digunakan oleh girlies shop untuk memperlihatkan atau menawarkan produk apa saja yang diperjual belikan di online shop ini.

²⁴ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

²⁵ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

b. Kebijakan Harga dan Promosi Yang Digunakan

Kebijakan harga dan promosi yang ada di *girlies shop* tentunya juga seperti online shop yang lain akan tetapi harga yang ditawarkan biasanya juga harus sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Harga dan promosi yang diterapkan dan juga ditawarkan oleh *girlies shop* ini sudah merupakan harga sesuai dengan kantong pelajar atau bisa dibilang murah, karena dalam pengambilan barang dari distributor kami sudah mendapatkan harga yang murah sehingga dalam penjualannya kami juga menerapkan harga yang murah yang tentunya terjangkau oleh banyak orang.²⁶

Dari pernyataan oleh pemilik *girlies shop* bisa kita lihat sendiri bahwa harga yang diterapkan sudah termasuk harga yang murah sehingga hal tersebut bisa untuk menarik minat pembeli. Dan dengan harga tersebut produk yang ditawarkan juga berkualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan.

c. Dukungan Keluarga dan Orang Sekitar

Menurut Anindia, faktor internal dari praktek promosi untuk meningkatkan omset penjualan ini terdapat di dalam lingkup keluarga yang kurang adanya dukungan dari keluarga sendiri. Support keluarga sangatlah penting dalam mengambil keputusan karena dalam keputusan tersebut seseorang bisa menjalankan hal tersebut dengan bahagia. Dari hal tersebut timbul pertanyaan dari peneliti sebagai

²⁶ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

berikut:

apa faktor internal yang muncul ketika anda mendirikan dan menjalankan bisnis ini.

Dari pertanyaan tersebut diperkuat dengan jawaban pemilik sebagai berikut:

faktor internal banyak, akan tetapi yang utama adalah kurangnya dukungan keluarga dari awal merintis dalam menjalankan bisnis ini dan pandangan orang-orang sekitar yang memandang rendah bahwa bisnis onlie shop termasuk tidak memberi keuntungan yang banyak, karena tempat saya melakukan bisnis ini di Desa yaitu Pulung maka dari itu orang desa yang kurang tahu tentang sudah banyaknya nya orang yang sukses melalui dunia bisnis online shop.²⁷

Dari pernyataan dari pemilik tersebut lalu timbul pertanyaan dari peneliti sebagai berikut:

Dari kurangnya dukungan dari keluarga tersebut, apakah akan membuat anda merasa tidak semangat dalam menjalankan bisnis dan bagaimana cara anda supaya semangat dalam mengelola produk yang akan dipasarkan.

Dari pertanyaan dari peneliti tersebut di perkuat dengan jawaban pemilik sebagai berikut:

tidak ada faktor internal lain akan tetapi dalam menjalankan bisnis dan mengelola produk yang akan saya pasarkan saya kurang paham dan kurang cekatan dalam hal tersebut maka dari itu biasanya saya akan meminta tolong kepada teman saya untuk membantu saya dalam berpromosi supaya promosi yang saya jalankan bisa berjalan sesuai dengan harapan saya.²⁸

²⁷ Anindia, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

²⁸ Anindia, *Wawancara*.10 Maret 2022.

Dan dari pernyataan dari pemilik tersebut timbul pertanyaan dari pemilik sebagai berikut:

Dari soal harga yang anda tawarkan apakah hal tersebut dapat berpengaruh ke dalam faktor internal dari bisnis online shop girlies shop Pulung.

Dari pertanyaan tersebut diperkuat oleh jawaban dari pemilik sebagai berikut:

Dari soal harga sendiri dari online shop ini menurut saya harga yang saya tawarkan termasuk masih dalam harga yang wajar atau murah sesuai dengan kantong pelajar, karena tujuan dari online shop ini yaitu lebih mengarah ke kebutuhan pelajar keatas. Akan tetapi harga yang saya tawarkan terlalu jauh dari harga distributor sehingga banyak konsumen yang mengeluh soal harga yang saya tawarkan.²⁹

Dari beberapa penjelasan pemilik online shop girlies shop Pulung tersebut diketahui bahwa faktor eksternal dari bisnis online shop ini yaitu banyaknya pesaing yang memiliki distributor yang sama, sedangkan faktor internal yaitu kurang dukungan dari keluarga. Dengan adanya hal tersebut dapat mempengaruhi praktek promosi yang dijalankan sehingga bisa menyebabkan turunnya omset penjualan.

D. Deskripsi Penerapan Praktek Promosi Dalam Etika Bisnis Islam pada Girlies Shop Pulung

Didalam etika bisnis islam terdapat prinsip-prinsip yang mengatur akan berpromosi yaitu antara lain keesaan, keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan kehendak bebas. Dalam melakukan promosi tidak lain juga

²⁹Ibid.

harus melakukan prinsip tersebut, karena kita sebagai umat muslim tentunya ketika melakukan sesuatu tidak lain karena Allah SWT, maka dari itu di dalam berbisnis juga harus diniati karena Allah SWT supaya mendapatkan berkah di dunia maupun di akhirat.

1. Keesaan (Tauhid)

Keesaan adalah sumber utama etika islam yang merupakan kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dalam prinsip tauhid harus mengakui keesaan Allah SWT dan yakin segala sesuatunya yang ada di muka bumi ini hanya Allah SWT semata.³⁰ Didalam berbisnis seseorang muslim harus menerapkan prinsip keesaan tersebut sebagaimana prinsip tersebut termasuk kedalam etika bisnis islam, akan tetapi masih banyak juga yang tidak menerapkan prinsip tersebut.³¹ Maka dari itu peneliti mengajukan beberapa pertanyaan mengenai prinsip keesaan yang akan dipertanyakan kepada pemilik online shop girlies shop Pulung guna untuk menggali informasi atau data terkait penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Hal tersebut diungkapkan oleh Anindia sebagai pemilik girlies shop Pulung sebagai berikut:

Seorang muslim yang berbisnis memang harus menerapkan etika bisnis dalam islam akan tetapi didalam online shop ini belum sempurna dalam menerapkan prinsip tersebut, karena

17. ³⁰ Karim Adiwarmarman A, *Ekonomi Mikro Islam Edisi ke-3* (Jakarta: Rajawali Press, 2010),

³¹ Ibid., 18.

permasalahannya adalah bahan-bahan yang digunakan untuk foto dan video promosi model yang ada di foto tersebut masih menunjukkan aurat dan kebanyakan seperti itu. Walaupun membuat bahan promosi sendiri *girlies shop* masih menjadi reseller dari distributor produk tersebut dan masih proses untuk bisa membeli langsung dengan skala besar kepada distributor dan akan bisa menjadi member resmi.³²

Dari pernyataan Anindia selaku pemilik *girlies shop Pulung* tersebut bahwa dalam berbisnis online shop belum sempurna dan *girlies shop Pulung* juga masih menjadi reseller untuk produk-produk yang bahan promosi masih menunjukkan aurat, akan tetapi *girlies shop* akan berusaha untuk menjadi member resmi dari produk-produk tersebut sehingga *girlies shop* bisa membuat promosi sesuai keinginan *girlies shop Pulung*.

2. Keadilan

Yang dimaksud keadilan disini adalah menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan, akan tetapi juga diperintahkan dalam transaksi bisnis.³³

Keadilan harus diterapkan di dunia bisnis maupun di kehidupan sehari-hari. Maka dari itu peneliti mengajukan pertanyaan tentang prinsip keadilan kepada pemilik apakah pemilik sudah menerapkan prinsip keadilan kepada setiap konsumen.

Namanya berbisnis supaya mendapat berkah dari Allah SWT salah satunya juga harus adil dengan para konsumen, akan tetapi

³² Anindia, *Wawancara*, 13 Maret 2022

³³ Lubis Ibrahim, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2* (Jakarta: Kalam Mulia, 1995), 466.

konsumen yang membeli produk-produk dari girlies shop ada yang sudah berlangganan ada juga yang masih pertama kali menjadi konsumen girlies shop. Dari hal tersebut biasanya dari pihak girlies shop akan memberi potongan harga untuk konsumen setia yang sudah menjadi langganan girlies shop Pulung dan untuk konsumen yang baru pertama kali menjadi pelanggan akan tetap girlies shop layani dengan baik juga supaya konsumen tersebut bisa menjadikan girlies shop sebagai online shop langganan mereka.³⁴

Dari pernyataan dari pemilik girlies shop tersebut timbul pertanyaan peneliti untuk ditanyakan kepada konsumen girlies shop yang sudah lama berlangganan apakah benar mereka selalu diberi potongan harga oleh girlies shop Pulung untuk ucapan terimakasih sudah menjadi langganan di girlies shop Pulung.

Sebagai konsumen yang sudah berlangganan di girlies shop sudah banyak yang saya dapatkan salah satunya yaitu potongan harga di maksimal pembeli ataupun girlies shop sering menurunkan harga produk-produk yang ditawarkan. Biasanya girlies shop Pulung di setiap hari raya idul fitri juga memberikan bingkisan kepada konsumen yang sudah berlangganan di girlies shop atau juga biasanya memberikan bingkisan kepada setiap konsumen yang datang langsung ke girlies shop Pulung.³⁵

Dari pernyataan dari konsumen yang sudah berlangganan di girlies shop tersebut bahwasannya menyatakan sering diberi bonus dari girlies shop atau juga potongan harga dengan maksimal pembelian. Apakah hanya konsumen lama atau konsumen yang baru membeli produk dari girlies shop juga mendapatkan promo dan bonus.

³⁴ Anindia, *Wawancara*, 13 Maret 2022.

³⁵ Devita (konsumen), *Wawancara*, 14 Maret 2022.

Sebagai konsumen yang mungkin baru saja menjadi pembeli di girlies shop Pulung belum pernah mendapatkan promos ataupun bonus, akan tetapi itu semua bukan masalah bagi konsumen baru. Walaupun masih menjadi konsumen baru, di girlies shop juga melayani konsumen lama atau pun baru dengan sangat baik dan pemilik dari girlies shop sendiri juga sangat *fast respon* ketika melayani konsumen.³⁶

Girlies shop pulung tidak membedakan antara konsumen lama dan juga konsumen baru, akan tetapi dalam memeberikan apresiasi atas apa yang konsumen berikan kepada girlies shop konsumen lama sudah sering mendapat promos atau bingkisan saat hari raya idul fitri akan tetapi konsumen baru tidak pernah dibedakan dengan konsumen lama dan tetap dilayani dengan baik sama dengan dengan kosumen yang sudah menjadi langganan tetap girlies shop Pulung.

3. Kejujuran

Jujur merupakan salah satu karakter atau akhlak yang sangat penting untuk ditanakan dalam diri manusia.³⁷ Dengan terlaksananya prinsip kejujuran dalam kehidupan sehari-hari akan mewujudkan masyarakat yang sejahtera, saling percaya, makmur, dan harmonis. Begitu juga dengan kegiatan berbisnis seseorang pelaku usaha hendaknya menerapkan kejujuran dalam transaksi jual beli yang mereka lakukan. Maka dari itu peneliti mengajukan beberapa pertanyaan mengenai kejujuran kepada pemilik girlies shop Pulung,

³⁶ Syahra (konsumen), *Wawancara*, 15 Maret 2022.

³⁷ Lubis Ibrahim, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2* (Jakarta: Kalam Mulia, 1995), 310.

guna menggali informasi terkait tentang prinsip kejujuran. Dimulai dengan pertanyaan mengenai defines jujur menurut pemilik girlies shop.

Menurut Anindia jujur merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki manusia, apalagi sebagai seorang pelaku bisnis harus mempunyai sifat atau prinsip tersebut supaya dalam menjalankan bisnis bisa berjalan dengan lancar.³⁸

Setelah mendengar pernyataan dari Anindia selaku pemilik dari girlies shop Pulung tentang defines kejujuran selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan mengenai seberapa penting arti kejujuran di dunia bisnis dan apa bentuk kejujuran dalam bisnis.

Kalau menurut pemilik girlies shop kejujuran itu sangat penting dalam dunia bisnis dan di kehidupan sehari-hari agar hidup menjadi berkah untuk kedepannya. Dan untuk bentuk kejujuran bisa dilihat dari segi harga yang ditawarkan, misalnya belanja dengan diberikan nota tertulis harga sekian dan setelah ingin melakukan pembayaran ternyata sama dengan harga di nota, dari situlah tidak ada manipulasi harga. Dan dari bentuk lain dilihat dari promosi, saat promosi mengatakan bahwa kualitas produk yang dijual bagus dan faktanya memang produk yang di tawarkan memang bagus setelah dilihat sendiri oleh konsumen, berarti tidak ada manipulasi disini.³⁹

Setelah peneliti membahas kejujuran dan juga bentuk kejujuran yang dilakukan oleh pemilik adalah kejujuran sangat penting dalam dunia bisnis dan juga kehidupan sehari-hari supaya menjadi berkah dan apa yang disampaikan dalam promosi produk yang dijual sesuai dengan

³⁸ Anindia, *Wawancara*, 13 Maret 2022.

³⁹ Anindia, *Wawancara*, 13 Maret 2022.

kondisi asli produk yang ditawarkan.

4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip yang berhubungan dengan perilaku manusia. Segala kebebasan dalam melakukan aktifitas bisnis oleh manusia, maka manusia tidak terlepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan manusia atas aktifitas yang dilakukan.⁴⁰ Tanggung Jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.⁴¹ Maka dari itu peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik girlies shop Pulung guna untuk menggali informasi terkait penerapan prinsip tanggung jawab. Dimulai dengan dalam berbisnis apakah tanggung jawab itu penting.

Menurut Anindia selaku pemilik girlies shop Pulung bahwa tanggung jawab dalam berbisnis itu sangat penting, karena ketika bsinis online shop mengalami atau mendapat komplain dari konsumen tentang kerusakan barang yang diterima melalui online maka online shop harus bertanggung jawab akan tetapi girlies shop hanya mengganti barang yang keliru saat pengemasan dan tidak menerma barang rusak ketika pengiriman karena itu semua kesalahan saat pengiriman bukan salah dari girlies shop dan di girlies shop sebelum dikirim dipastikan sudah aman dan layak untuk dikirim.⁴²

Dari pernyataan Anindia bahwa online shop girlies shop Pulung

⁴⁰ Lubis Ibrahim, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2* (Jakarta: Kalam Mulia, 1995), 311.

⁴¹ Ibid., 312.

⁴² Anindia, *Wawancara*, 13 Maret 2022.

akan tetap mengganti barang yang keliru ketika pengeemasan dengan yang baru akan tetapi girlies shop tidak menanggung barang rusak ketika pengiriman karena itu sepenuhnya kesalahan saat pengiriman. dari situlah peneliti timbul pertanyaan untuk konsumen apakah yang dinyatakan dari pihak girlies shop benar atau tidak.

Selama menjadi konsumen di girlies shop Pulung pernah sekali mengalami kerusakan barang saat membeli dan itu ketika membeli lewat offline yaitu COD (*cash on delivery*) ketika itu barang yang dibawa rusak selama perjalanan dan maka dari itu dari pihak girlies shop langsung mengganti barang tersebut dengan barang baru dan di hari itu pulang pergi Ponorogo kota sampai Pulung. Dari sinilah bisa di artikan bahwa girlies shop Pulung bisa bertanggung jawab dan mengganti barang pada saat itu walaupun jarak took ke tempat COD (*cash on delivery*) lumayan jauh.⁴³

Dari pernyataan konsumen devita peneliti juga ingin tahu pernyataan dari *reseller* tentang tanggung jawab di girlies shop Pulung.

Menurut Khalista sebagai *reseller* dari girlies shop Pulung dalam menerapkan prinsip tanggung jawab girlies shop sudah menerapkan itu, sebagai contoh waktu itu pernah ada konsumen dari saya juga barang yang diterima ada bekas tergores dan konsumen tersebut ingin meminta pertanggung jawaban dari Khalista, akan tetapi Khalista disini hanya sebagai perantara atau *reseller* maka dari itu Khalista meminta dari pihak girlies shop semua itu kesalahan dari girlies shop atau bukan. Dan ternyata setelah di cek-cek memang benar kesalahan dari girlies shop lalu barang tersebut diganti dengan barang baru.⁴⁴

Dari beberapa penjelasan dari konsumen dan *reseller* girlies shop

⁴³ Devita (konsumen), *Wawancara*, 14 Maret 2022.

⁴⁴ Khalista, *Wawancara*, 13 Maret 2022.

Pulung tersebut dapat diketaahui bahwa tanggung jawab dari girlies shop tidak usah diragukan lagi dan hal tersebut bisa menambah kepercayaan pelanggan untuk berbelanja di girlies shop.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung

Dalam menjalankan sebuah bisnis perlunya seseorang mempunyai strategi yang akan digunakan untuk mengembangkan sebuah bisnis tersebut. Maka dari itu, pada online shop girlies shop Pulung strategi yang digunakan yaitu strategi promosi, Strategi Promosi merupakan suatu kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, memberikan informasi, dan mempengaruhi konsumen atau pembeli agar membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan omset penjualan dapat tercapai.¹ Dalam meningkatkan omset penjualannya girlies shop Pulung memilih menggunakan strategi promosi sebagai berikut:

1. Sosial Media

Menurut Mandibergh sosial media merupakan media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten.² Pada girlies shop Pulung promosi melalui sosial media yang digunakan adalah melakukan interaksi dengan konsumen secara langsung maupun tidak langsung,³ Pada girlies shop interaksi secara tidak langsung yaitu

¹ Wahyuni H, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa," *skripsi* (Makasar: Universitas Negeri Makasar, 2019), 17.

² Ika Atikah dkk, "Peran Media Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor," Universitas Djuanda: *Jurnal Ilmu Soaila dan Humaniora*, Vol.20, No.2, (2018), 156.

³ Ningsih Dwi Nuvia, "Pengaruh Strategi Promosi dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth," Universitas Kanjuruhan: *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol.6, No.1, 2, (2020).

dengan menerapkan sistem belanja lewat online dengan menggunakan media social seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook* dan interaksi secara langsung yaitu belanja lewat offline bisa datang langsung ke toko atau juga bisa melakukan sistem COD (*cash on delivery*) yang merupakan metode pembayaran yang diminati banyak pembeli, karena pembayaran dilakukan saat barang sudah diterima oleh konsumen.⁴ Sistem Cod tersebut merupakan salah satu sistem belanja yang diminati banyak orang karena orang yang melakukan sistem tersebut bisa membayar barang yang dibeli ketika barang yang dibeli sudah diterima oleh konsumen.

Lalu pemilik juga menyatakan barang yang dipromosikan di *girlies shop Pulung* juga tidak sembarang barang yang di posting akan tetapi produk atau barang yang sedang trend masa kini, dan pemilik juga menyatakan dalam pemasaran atau promosinya juga harus rajin-rajin upload barang dan juga pintar-pintar melihat perkembangan trend fashion saat ini agar online shop *girlies shop Pulung* tetap eksis di pasaran dunia online shop karena tidak dipungkiri pada masa ini media social sedang menjadi kebutuhan masyarakat bukan hanya untuk hiburan tetapi juga menjadi sarana untuk berbisnis dan bisa menjadi pintu rezeki bagi setiap orang yang memanfaatkannya dan menggunakan dengan baik.

Dengan menggunakan promosi penjualan online shop *girlies shop*

⁴ Haryanti Tuti, "Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery," *Jurnal Ilmiah Penegak Hukum*, Volume 8 No.2 ,(2021), 113-120.

Pulung sangat berpengaruh dalam hal promosi untuk meningkatkan penjualan dan dalam menarik konsumen untuk berbelanja di girlies shop karena dilihat dari promosi yang dilakukan menarik dan terus-menerus sehingga konsumen yang melihat postingan promosi dari girlies shop Pulung bisa saja tertarik dan membeli barang ke girlies shop Pulung. Karena dalam promosi penjualan harus bisa aktif dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bisa diterima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan dan pada akhirnya bisa meningkatkan penjualan pada perusahaan.⁵ Karena pada dasarnya omset penjualan bisa saja mengalami naik turun peningkatannya maka dari itu setiap perusahaan harus pintar-pintar mengatur strategi supaya omset penjualan di setiap usaha tidak terlalu mengalami penurunan yang sangat drastis.

2. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Didalam hubungan masyarakat sendiri menjadi salah satu hal yang bertujuan bisa membangun hubungan antara penjual, reseller, dan konsumen, hubungan masyarakat dan publisitas sendiri merupakan variable dari promosi penjualan yang sangat penting yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya.⁶ Tanpa adanya strategi ini keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen ataupun reseller yang tidak tahu sama sekali

⁵ *Ibid*, 300.

⁶ Keller dan Kotler, *Marketing Manajemen* (14th ed), New Jersey (US: Pearson Education, inc, 2012), 498-501.

mengenai produk yang di tawarkan.⁷ Sama halnya dalam meningkatkan omset penjualan *girlies shop* juga mempunyai reseller atau orang yang membantu penjualannya, *girlies shop* juga menerima *endors* akan tetapi belum ada pelaksanaannya. *Endors* sendiri merupakan seseorang yang sudah termasuk terkenal di dunia social media dan mempunyai pengikut social media seperti *instagram* yang sudah lumayan banyak dan bisa dijuluki sebagai selebgram yang memiliki daya tarik karena selebgram sendiri akan membawa brand image kepada produk yang akan dipromosikan.⁸

Dilihat pernyataan dari pemilik bahwa biasanya pemilik melakukan kerjasama dengan cara meminta tolong kepada pihak kedua yaitu reseller atau temannya lalu dari hasil penjualan tersebut bisa dibagi hasil yaitu 80% menjadi hak pemilik dan 20% menjadi hak reseller dan untuk promosi yang digunakan, reseller mendapatkannya dari pemilik akan tetapi *caption* atau kata-kata untuk mendeskripsikan barang yang di jual untuk promosi tersebut bisa di kreasikan semenarik mungkin untuk menarik konsumen dan dari promosi tersebut kadang juga diselipkan diskon dan juga promo belanja, diskon merupakan pengurangan harga berdasarkan volume barang yang dibeli sedangkan promo merupakan alat untuk menarik konsumen supaya membeli

⁷ Durahman Syarif, dkk, "Pengaruh Publisitas, Penjualan Tatap Muka dan Hubungan Masyarakat Terhadap Volume Penjualan Rumah," Universitas Setiabudi: *JECMA*, Vol 1, No 1, (2020), 53-62.

⁸ Ariani F, "Impression Managemen Seorang Selebgram Sebagai Eksistensi Diri Melalui Media Sosial Instagram," *Skripsi Ilmu Komunikasi* (Bandung: Universitas Islam Bandung, 2017), 12.

produk lama agar laku terjual.⁹

Dari hal tersebut *girlies shop* Pulung dan reseller juga kadang memberikan diskon atau potongan harga untuk konsumen setia yang berbelanja di *girlies shop* Pulung, diskon atau potongan harga merupakan pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama periode waktu yang ditentukan.¹⁰ Seperti yang di paparkan oleh reseller *girlies shop* dalam hal memberikan diskon tersebut tidak menjadi penghalang turunnya pendapatan akan tetapi hal tersebut bisa menarik minat konsumen untuk sering berbelanja di *girlies shop* Pulung karena dari dengan cara melakukan hal tersebut suatu perusahaan berharap adanya peningkatan omset penjualan, namun pada kenyataannya dengan melakukan promosi penjualan tersebut kadang-kadang mengalami peningkatan penjualan atau malah penurunan.¹¹

3. Promosi dari Mulut ke Mulut

Promosi mulut ke mulut menjadi pilihan perusahaan sebagai saluran komunikasi untuk memperluas pemasaran dan mampu memberi keuntungan bagi pihak yang melakukannya.¹² Sama halnya dengan di *girlies shop* Pulung promosi mulut ke mulut tidak dilakukan

⁹ Garnida Citra Amaliah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Adanya Penyalahgunaan Diskon dan Promo Berhadiah Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Dalam Pembelian Produk Kosmetik yang Merugikan Kepentingan Konsumen," *Skripsi* Universitas Jember, 23-25.

¹⁰ Putri Rami Syah, "Pengaruh Promosi Penjualan dalam meningkatkan Penjualan Mobil pada PT.Pekan Perkasa," Universitas Islam Riau: *Jurnal*, Vol 1, No 2, (2015), 298-321.

¹¹ *Ibid*, 299.

¹² Purba PIS, "Pengaruh Citra Merek dan Promosi dari Mulut ke Mulut Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wajah Merek Citra," *Skripsi* (Bogor: Universitas Unhan, 2019), 4-5.

oleh girlies shop akan tetapi para konsumen lah yang mengetahui girlies shop dari orang satu ke orang yang lain hal tersebut dari pernyataan Anindia selaku pemilik memberikan kesan pertama yang baik kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan mendapatkan kualitas produk yang ditawarkan. Dari hal itu promosi mulut ke mulut sangat berpengaruh pada penjualan girlies shop Pulung dan bisa dikatakan juga promosi mulut kemulut bisa menjadi sebab meningkatnya omset penjualan di suatu perusahaan.

Dilihat dari pernyataan dari konsumen, konsumen mengetahui online shop ini dari teman dan saudara yang pernah berbelanja di girlies shop Pulung dan mereka pun mengatakan produk yang ditawarkan memang berkualitas dan sesuai dengan apa yang ada di promosi. Dari beberapa penjelasan itulah dapat disimpulkan lagi bahwa promosi mulut ke mulut ini membawa pengaruh yang dalam untuk mempertahankan konsumen. Promosi mulut ke mulu ini juga dapat dikatakan sukses apabila semakin banyak konsumen lain memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian dan hal itu bisa untuk meningkatkan omset penjualan.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Praktek Promosi Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung

Dalam dunia bisnis atau dalam menjalankan dan mendirikan sebuah usaha tentunya didalam itu juga ada beberapa faktor pendukung yang melatarbelakangi berdirinya sebuah usaha , akan tetapi faktor tersebut bisa

berubah karena ada hal-hal yang tidak sejalan dengan dukungan-dukungan keluarga dan dari luar yang hal tersebut bisa menyebabkan suatu usaha lama berkembang bisa juga berhenti melakukan usaha. Girlies shop Pulung juga mempunyai faktor-faktor dalam usahanya yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi promosi dalam meningkatkan omset penjualan adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan Ekonomi dan Perdagangan Baik Nasional dan Internasional

Di dalam menjalankan suatu bisnis, seseorang juga melihat perkembangan ekonomi dari segi nasional maupun internasional, maka dari itu di girlies shop Pulung juga harus melihat perkembangan bisnis dalam nasional maupun internasional. Akan tetapi di girlies shop sendiri hanya mengikuti perkembangan dalam nasional karena girlies shop masih termasuk usaha kecil yang harus terus belajar supaya online shop girlies shop bisa berkembang.

Seperti pernyataan dari Anindia pemilik girlies shop bahwa dalam perkembangan ekonomi baik nasional maupun internasional girlies shop masih mengikuti perkembangan ekonomi di nasional. Biasanya girlies shop mengikuti perkembangan bisnisnya melalui berbagai ajang atau event yang diselenggarakan untuk mempromosikan produk dari distributor.

Dari pernyataan dari Anindia dapat dianalisis bahwa online

shop girlies shop Pulung masih mengikuti perkembangan ekonomi dari negeri atau nasional karena girlies shop sendiri merupakan online shop yang dapat masih terbilang kecil, akan tetapi hal tersebut tidak menjadi penghalang girlies shop untuk mencoba hal yang baru supaya bisa mengembangkan online shop girlies shop Pulung.

2. Pesaing Pasar

Persaingan dalam pasar adalah organisasi atau perorangan yang berlomba-lomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen atau sumber daya yang dibutuhkan.¹³ Hal tersebut terjadi dikarenakan antara girlies shop dan pesaing pasar melakukan order di satu distributor yang sama. Distributor merupakan orang yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen,¹⁴ lalu produsen merupakan pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan jasa dari barang dan jasa lain. Pelaku dalam usaha ini dapat terdiri dari orang dan badan usaha yang memproduksi sandang, sedangkan konsumen merupakan orang pemakai barang dan jasa yang tersedia untuk digunakan sendiri atau diperdagangkan lagi.¹⁵ Disini girlies shop Pulung termasuk kedalam konsumen yang mengambil barang dari distributor, pada distributor tersebut tidak hanya girlies shop saja

¹³ ¹³ Agung Rizal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan dan Pertumbuhan Pasar," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol.2, No.4, (2021), 417.

¹⁴ Kurniawati Fansisca, "Evaluasi Rute Pengiriman Produk Pada CV. Mitra Graha Putera," *Thesis* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2020), 25.

¹⁵ Sihombing W, "Tinjauan Hukum Tanggung Jawab Produsen Atas Produk yang Tidak Memenuhi Standar Nasional Indonesia," *skripsi* (Medan: Universitas UHN, 2017), 11.

yang mengambil barang, akan tetapi orang lain atau yang bisa dikatakan pesaing dan menjual barang yang sama juga mengambil barang yang akan dijual dari distributor yang sama dengan distributor girlies shop. Sebenarnya banyak distributor lain yang menjual barang yang sama akan tetapi distributor yang menjadi langganan girlies shop ini bisa termasuk murah atau mempunyai harga yang miring dan kualitas dari barang pada distributor tersebut juga bagus. Kemudian dengan girlies shop mengambil barang di distributor tersebut keuntungan yang didapat penjual juga lebih banyak kemudian dapat menjadikan omset penjualan sebuah usaha bisa meningkat.¹⁶

Pernyataan tersebut dinyatakan langsung oleh pemilik girlies shop Pulung untuk mengatasi hal tersebut girlies shop juga akan selalu menupdate dan menupgrade kreatifitas promosi untuk menarik konsumen, lalu biasanya pada girlies shop juga meminta tolong kepada teman yang mempunyai hobi di bidang desain untuk membuat bahan promosi sehingga promosi yang digunakan bisa berbeda dengan pesaing yang lain. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pesaing juga merupakan hal yang bisa membuat turunnya omset penjualan akan tetapi disamping itu ketika sebuah usaha bisa menerima dan tidak cepat putus asa hal yang tidak diinginkan tidak terjadi dan malah hal tersebut bisa meningkatkan omset penjualan.¹⁷

¹⁶ S. Ratna, "Studi Peran Pemerintah Daerah Terhadap Penetapan Harga Bahan Bangunan di Kota Palangkaraya," *Skripsi* (Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, 2015), Bab IV.

¹⁷ Sari Tri Indah, "Analisis Turunnya Omset Penjualan Terhadap Pengiriman Barang Via Udara di Area Cargo Juanda Surabaya," *STIE Mahardika Surabaya: Jurnal Ilmiah Akuntansi*,

Dalam faktor internal pada *girlies shop* Pulung menurut peneliti merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam menjalankan usaha yaitu:

1. Kemampuan Perusahaan Dalam Mengelola Produk Yang Akan Dipasarkan dan Diperjual belikan

Bisnis online yang baik adalah bisnis online yang bisa memanfaatkan peluang promosi salah satunya adalah dengan menggunakan media social seperti *Whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Namun dalam melakukan promosi di dalam media social juga ada aturan-aturan yang didalamnya, seperti contoh dalam promosi tidak mengandung unsur konten dewasa misalnya memperlihatkan aurat karena di dalam media promosi apa yang kita posting akan dilihat semua orang bahkan anak-anak di bawah umur juga bisa melihat. Sehingga menurut saya apa yang kita posting di dalam media social harus bisa memilih promosi yang patut dilihat banyak orang termasuk juga anak-anak.

Kebijakan harga dalam menetapkan jual beli tidak boleh terlalu mengambil keuntungan karena jual beli yang dicontohkan Rasulullah SAW tidak diajarkan menetapkan harga terlalu tinggi karena tujuan dalam berbisnis ada unsur membantu orang lain. Di *girlies shop* Pulung dalam transaksi jual belinya sudah menerapkan prinsip jual beli yang tidak terlalu mengambil keuntungan yang

banyak, karena konsumen dari girlies shop sendiri tidak hanya dari kalangan yang sudah bekerja akan tetapi dari kalangan pelajar juga.

2. Dukungan Keluarga dan Orang Sekitar

Dukungan dari keluarga dan pandangan orang-orang sekitar dalam merintis usaha sangatlah penting karena dari hal tersebut bisa menjadikan semangat bagi keluarga yang mempunyai usaha bisnis.¹⁸ Seperti yang dinyatakan langsung oleh pemilik bahwa keluarga dan orang sekitar yang ada di sekitar tempat girlies shop mendirikan usaha terlalu memandang rendah tentang berbisnis online shop termasuk dalam bisnis online shop tidak memberikan keuntungan yang banyak dikarenakan usaha ini bertempat didesa dan jauh dari kota. Padahal mereka tidak tahu sudah banyak orang-orang yang sukses dalam berbisnis di bidang online shop seperti yang dijalankan oleh girlies shop Pulung.

Dari pihak keluarga pun juga minim dalam dukungan, hal tersebut juga menimbulkan kemalasan dari pemilik karena Anindia juga masih termasuk berusia remaja dan masih butuh banyak dukungan dari keluarga untuk meningkatkan kualitas dari dirinya untuk masa depan. Dan hal tersebut juga menjadi titik lemah dalam berbisnis seperti contoh Anindia masih kurang paham akan mengelola produk dan kurang cekatan dalam menjalankan bisnisnya, maka dari itu Anindia juga masih membutuhkan bantuan

¹⁸ Nurhayati, "Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Mempredikasi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa," *Jurnal*, Vol.14, No.2, (2019), 15.

dari keluarga, teman, saudara dan orang sekitar untuk menjalankan bisnis sesuai dengan harapan Anindia. Soal harga yang ditawarkan girlies shop juga memberikan harga sesuai dengan kantong pelajar akan tetapi dengan harga tersebut bisa juga dikatakan terlalu mahal untuk sebagian orang yang suka berbelanja online. Dengan faktor-faktor yang sudah dijelaskan diatas dapat dikatakan bahwa faktor eksternal dan faktor internal dapat juga berpengaruh dalam pelaksanaan praktek promosi yang dijalankan sehingga bisa menyebabkan juga penurunan omset penjualan. Karena dalam menjalankan bisnis pasti akan timbul beberapa faktor yang bisa menghambat berkembangnya bisnis tersebut seperti yang dialami Anindia salah satunya yaitu faktor internal dari keluarga sendiri yang seharusnya bisa mendukung penuh Anindia dalam mengelola bisnis nya, akan tetapi dari keluarganyalah yang malah membuat Anindia sulit untuk berkembang.

C. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Bisnis Online Shop Girlies Shop Pulung

Dalam melaksanakan praktek promosi sebuah bisnis juga harus menerapkan etika bisnis islam yang diantaranya prinsip keesaan, keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan juga kehendak bebas yang apabila prinsip tersebut diterapkan maka kedudukannya di akhirat nanti akan setara

dengan para Nabi SAW.¹⁹ Menurut Abdul Aziz etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan,²⁰ perusahaan sendiri merupakan perusahaan disini yaitu girlies shop Pulung. Melakukan promosi diperbolehkan menurut pandangan ulama adalah promosi yang sesuai dengan etika bisnis islam yang dididalamnya juga sudah memenuhi syarat-syarat islam karena pada dasarnya semua yang kita tawarkan nantinya juga akan menjadi pertanggung jawaban kita di akhirat. Diliat dari segi prinsip promosi sesuai dengan etika bisnis islam mengenai terpenuhi ataupun tidak prinsip akan promosi yang sesuai dengan etika bisnis islam di Girlies Shop Pulung, berikut akan peneliti paparkan beberapa pernyataan yang ada dalam kegiatan berpromosi serta kaitanya dengan penerapan etika bisnis islam.

1. Secara umum kegiatan promosi yang dilakukan online shop girlies shop Pulung belum memenuhi prinsip berpromosi sesuai dengan etika bisnis islam karena dalam prakteknya promosi dari girlies shop Pulung masih menggunakan foto-foto wanita yang membuka aurat padahal pemilik girlies shop merupakan seorang muslim. Muslim sendiri

¹⁹ Yahya Aqil Barqi, "Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha," IAIN Ponorogo: *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 5, No 1, (2020), 91-100.

²⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

merupakan ketakwaan seseorang kepada Allah SWT,²¹ dalam prakteknya dari hasil wawancara dengan Anindia ada alasan tersendiri mengapa masih melakukan hal tersebut karena *girlies shop* untuk menjual produk-produknya masih hanya menjadi seorang *reseller* yang mengambil barang dari distributor, mengapa hal tersebut terjadi karena belum ada dana untuk *girlies shop* bisa menjadi agen resmi dari barang yang dijual tersebut dan bahan-bahan promosi juga diberi dari distributor sehingga dari pihak *girlies shop* belum bisa mengganti atau menciptakan promosi sendiri yang memenuhi prinsip etika bisnis islam.

2. Keesaan (Tauhid), dari strategi promosi yang dilakukan *girlies shop* Pulung Ponorogo belum menerapkan prinsip tersebut dinyatakan langsung oleh Anindia pemilik online shop bahwa *girlies shop* belum menerapkan prinsip keesaan dengan masih mengunggah foto model perempuan yang dipromosikan masih menunjukkan aurat. Dan setelah peneliti melakukan penelitian di *girlies shop* Pulung ternyata benar dalam berpromosi *girlies shop* masih berpromosi dengan memperlihatkan aurat. Hal tersebut bisa menjadi masalah bagi penjualan karena bisa saja ada konsumen muslim yang membeli barang memperhatikan hal tersebut bisa jadi tidak jadi membeli barang di *girlies shop* karena dalam berpromosi *girlies shop* masih melanggar hal yang dilarang oleh Allah SWT. Karena dalam islam tidak hanya

²¹ Moh. Arif, "Membangun Kepribadian Muslim Melalui Takwa dan Jihad," Universitas Raden Intan Lampung: *Jurnal*, Vol 7, No 2, (2013), 10.

menekankan pada penyembahan kepada Allah SWT tetapi juga pada peningkatan harga diri manusia, maka dari itu sebagai wirausaha muslim harus bisa merealisasikan keislaman dan juga menerapkan hal tersebut di kehidupan nyata supaya hal tersebut bisa berguna di dunia maupun di akhirat kelak.²²

3. Keadilan, dalam melakukan keadilan terhadap konsumen satu dengan konsumen yang lain girlies shop Pulung sudah menerapkan prinsip keadilan. Keadilan merupakan tidak berap sebelah, tidak memihak, berpihak pada yang benar, sepatutnya tidak sewenang-wenang.²³ Tidak sewenang-wenang sendiri adalah melakukan keadilan pada satu pihak yang bersangkutan.²⁴ Terdapat pernyataan dari Anindia selaku pemilik girlies shop yaitu namanya berbisnis supaya mendapat berkah dari Allah SWT salah satunya juga harus adil dengan para konsumen. Dan disamping itu juga sejajar dengan pernyataan konsumen seperti contoh sebagai konsumen yang mungkin baru saja menjadi pembeli di girlies shop Pulung belum pernah mendapatkan promos ataupun bonus, akan tetapi itu semua bukan masalah bagi konsumen baru walaupun masih menjadi konsumen baru, di girlies shop juga melayani konsumen lama atau pun baru dengan sangat baik dan pemilik dari girlies shop sendiri juga sangat *fast respon* ujar pernyataan dari konsumen. Dari hal tersebut sudah bisa disimpulkan bahwa girlies shop Pulung sudah

²² Rofi'ah Rochman, "Tauhid Menurut Pandangan Murtadha Muthahhari," *Thesis* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 1997), 52.

²³ Yullia Mintan, *Keadilan Dalam Berpolitik* (STKIP Widya Yuana, 2019), 3.

²⁴ *Ibid*, 4.

menerapkan prinsip keadilan dalam menjalankan usahanya dan melayani konsumen kedalam bisnis nya dan hal tersebut bisa menjadi kenyamanan pembeli dan dapat bisa meningkatkan omset penjualan di girlyes shop Pulung. Karena di dalam islam memerintahkan kepada setiap manusia untuk berbuat adil atau menegakkan keadilan kepada setiap tindakan atau perbuatan yang dilakukan terutama didalam berbisnis,²⁵ dalam surat QS An-Nisa' ayat 58 yang artinya sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan menyuruhmu apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.²⁶

4. Kejujuran, dari hal kejujuran di girlyes shop sudah menerapkan prinsip kejujuran dari awal membangun usaha online shop ini, bisa dilihat dari pernyataan dari pemilik langsung dari girlyes shop dan juga pengakuan dari konsumen girlyes shop salah satunya yaitu dilihat dari segi harga yang ditawarkan, misalnya belanja dengan diberikan nota tertulis harga sekian dan setelah ingin melakukan pembayaran ternyata sama dengan harga di nota, dari situlah tidak ada manipulasi harga. Dan dari bentuk lain dilihat dari promosi, saat promosi mengatakan bahwa kualitas produk yang dijual bagus dan faktanya memang produk yang di tawarkan memang bagus setelah dilihat sendiri oleh konsumen, berarti tidak ada manipulasi disini. Dari sini dapat dikaitkan dengan prinsip kejujuran yaitu yang didasarkan pada sistem nilai yang bersumber dari

²⁵ Afifah Rangkuti, "Konsep Keadilan Dalam Perspektif Islam," Pendidikan Islam Tazkia UIN Sumatera Utara: *Jurnal*, Vol 6, No 1, (2017), 20.

²⁶ al-Qur'an, an-nisa':58.

agama islam dan aspek spiritual yang senantiasa melekat pada praktek pelaksanaannya, maka usaha perdagangan yang terjadi mendatangkan keuntungan kepada semua pihak yang bersangkutan. Akan tetapi perdagangan yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur, dimana mengandung unsur penipuan, maka akan ada pihak yang dirugikan, dan praktek lain yang sama jelas merupakan hal-hal yang dilarang dalam islam.²⁷ Karena didalam islam mewajibkan perilaku jujur tentu karena ada sebab yaitu akan membawa manusia pada kebaikan. Orang yang jujur adalah mereka yang memiliki jiwa pahlawan dan berani menerima kenyataan serta kejujuran dapat meningkatkan ketenangan jiwa, dan kesehatan seseorang baik secara fisik maupun non fisik.²⁸ Maka dari itu girlies shop Pulung menerapkan keadilan tidak semata-mata ditujukan kepada konsumen supaya terlihat baik akan tetapi girlies shop menerapkan prinsip keadilan juga untuk menggapai keridhoan Allah Swt.

5. Tanggung Jawab, tanggung jawab yang dilakukan girlies shop Pulung merupakan sudah memenuhi prinsip tanggung jawab yaitu dengan salah satunya fakta yang ada adalah dengan pernyataan dari Anindia selaku pemilik girlies shop Pulung bahwa ketika dalam pengiriman atau pengemasan pihak girlies shop melakukan kesalahan seperti merusak barang, pihak girlies shop akan mengganti barang yang

²⁷ Muhammad Nizar, "Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam," Universitas Yudharta Pasuruan: *Jurnal*, Vol/4, No 1, (2018), 94.

²⁸ Fitriah M Suud, "Kejujuran Dalam Perspektif Psikologi Islam Kajian Konsep dan Empiris," Universitas Gajah Mada: *Jurnal Psikologi Islam*, Vol 4, No 2, (2017), 121-134.

rusak dan menggantinya dengan barang yang baru akan tetapi girlies shop Pulung tidak akan mengganti barang tersebut ketika ada pembelian online dan itu disebabkan murni oleh pengiriman. Karena sebelum dikirim ke kurir girlies shop sudah mengecek dan memastikan barang tersebut layak untuk dikirim. Dikaitkan dengan fakta bahwa produsen harus menjamin adanya kualitas produk dan harga yang adil serta kebenaran iklan sebagai media informasi utama.²⁹ Kualitas produk dimaksud sebagai jaminan bahwa produk suatu komoditas sesuai dengan apa yang dijaminan oleh produsen, baik melalui informasi maupun iklan. Kualitas produk bukan hanya untuk tuntutan etis akan tetapi untuk mencapai kesuksesan bisnis.³⁰ Maka dari itu untuk meningkatkan kesuksesan dalam berbisnis suatu usaha harus menerapkan prinsip tanggung jawab agar bisnis yang dijalankan bisa berkembang dan bisa bermanfaat lalu juga tidak merugikan orang lain melainkan dapat menguntungkan orang lain yang sudah berbelanja di online shop kita.

Dalam islam terdapat penjelasan mengenai beberapa hal tentang strategi promosi yang sesuai dengan etika bisnis islam salah satunya adalah bagaimana cara berpromosi untuk meningkatkan omset dalam bisnis secara islami karena islam merupakan fondasi utama dan pertama dalam

²⁹ Muhammad Anas, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Konteks Produsen Dan Konsumen Kearah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan," *Jurnal Studi Agama Millah*, Vol VIII, No 1, (2008), 130.

³⁰ Ibid., 131.

setiap aspek kehidupan³¹, menurut peneliti dalam praktek promosi girlies shop Pulung ini masih ada hal-hal yang belum memenuhi prinsip etika bisnis islam bahwa dalam bahan untuk promosi masih menggunakan foto wanita atau model dalam produk yang menunjukkan aurat perempuan seperti contoh tidak menggunakan jilbab dan pakaian terbuka. Hal tersebut juga dinyatakan oleh pemilik langsung sebagai berikut “bahan-bahan yang digunakan untuk foto dan video promosi model yang ada di foto tersebut masih menunjukkan aurat dan kebanyakan seperti itu. Walaupun membuat bahan promosi sendiri girlies shop masih menjadi reseller dari distributor produk tersebut dan masih proses untuk bisa membeli langsung dengan skala besar kepada distributor dan akan bisa menjadi member resmi”. Dari pernyataan tersebut sudah menjadi bukti bahwa pemilik atau penjual melakukan promosi dengan menunjukkan masih membuka aurat. Adanya hal tersebut juga menjadi hal wajar di dunia bisnis akan tetapi ketika disituasi yang lain ketika ada konsumen yang memiliki keislaman yang kuat mereka bisa saja tidak jadi membeli di girlies shop Pulung. Namun tidak semua konsumen memiliki pemikiran seperti itu ada juga konsumen yang tetap membeli produk di girlies shop karena barang yang konsumen butuhkan ada di girlies shop Pulung.

³¹ Mujamil Qomar, *Dimensi Manajemen Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2021).

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktek promosi yang dijalankan oleh girlies shop Pulung yaitu dengan menggunakan media social seperti *whatsaap*, *instagran*, dan *facebook* dan dalam sistem pesanan bisa datang langsung ke toko, online atau juga COD (*cash on delivery*). Dalam menjalankan praktek promosi girlies shop juga mendapat bantuan dari reseller yang ikut membantu menjualkan barang-barang jualan dari girlies shop Pulung dan disamping itu juga girlies shop juga kadang-kadang memberikan potongan harga kepada konsumen untuk tujuan supaya konsumen bisa puas dalam berbelanja di girlies shop dan itu juga menjadi salah satu untuk meningkatkan omset penjualan.
2. Faktor eksternal dari usaha ini yaitu banyak pesaing yang mengambil barang di distributor yang sama sehingga dalam menjalankan prakteknya sering kali promosi yang digunakan sama dan faktor internal dari bisnis online ini yaitu berasal dari keluarga sendiri dan tetangga yang menganggap bahwa bisnis online shop merupakan usaha yang tidak mempunyai banyak keuntungan.
3. Dalam prakteknya tinjauan etika bisnis islam girlies shop belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islam didalam usahanya namun

dalam hal itu girlies shop bisa sedikit demi sedikit berusaha menerapkan etika bisnis islam didalam bisnisnya karena ketika dalam suatu hal melibatkan Allah Swt dalam usaha kita bisa menjadi bermanfaat di dunia maupun di akhirat.

B. SARAN

1. Penulis sangat berharap untuk kedepannya pada saat melakukan strategi promosi yang dilakukan girlies shop bisa terus berkembang menjadi lebih baik dari pada saat ini. Dalam promosi juga harus lebih telaten dalam mengupload promosi di social media sehingga orang bisa selalu melihat barang apa saja yang terbaru dari girlies shop Pulung. Disamping itu juga girlies shop harus bisa menyakinkan kepada semua orang terutama keluarganya bahwa dalam bisnis online shop ini girlies shop Pulung akan menjadi salah satu online shop yang sukses sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi tidak menjadi masalah dalam membangun bisnis online shop ini.
2. Penulis berharap juga kepada girlies shop Pulung dalam melakukan strategi promosi untuk selalu melibatkan Allah didalam bisnisnya, seperti dalam promosi sedikit demi sedikit bisa mengupload model dalam produk yang ditawarkan memenuhi etika bisnis islam yaitu salah satunya menutup aurat karena ketika dalam berbisnis melibatkan Allah SWT itu juga menjadi awal yang baik bisnis yang dijalankan dapat menjadi amal dan manfaat di dunia maupun di akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

M.N Sudjoni,dkk. Pemasaran Prinsip dan Kasus.Edisi 2. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 1998.

A.Hamdani,dkk. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat. 2006.

Iwan,dkk. Manajemen Strategi. Bandung : Yrama Widya.

Sugiyono.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta, 2014.

Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Bandung: Rineka Cipta, 2006.

Sujarweni, V. Wiratma.*Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Jurnal dan Skripsi :

Rendy Septi Sanjaya. “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan Unit Usaha Aqiqah pada Laz Nurul Hayat Medan”.*Skripsi* (Medan:Universitas Negeri Sumatera Utara, 2017).

Aminah, Siti, “Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi di Mkasar”. *Skripsi*. Makasar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2018.

Maldina, Eriza Yolanda. “Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista”.*Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah, 2016.

LAMPIRAN

Lampiran 1

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Anindia

Jabatan : Pemilik Girlies Shop Pulung

Tanggal : 10 Maret 2022

1.	Dalam melakukan promosi produk di social media tentu tidak sembarang barang yang di upload. Hal ini mengikuti <i>trend</i> saat ini dan melihat sasaran pasar yang banyak diminati konsumen ?
	Dalam pemasaran dan pembelian produk baru harus rajin melihat trend fashion atau produk yang saat ini sedang berkembang, agar online shop Gilries Shop Pulung tetap eksis di pasaran dunia online shop pada media social dengan produk-produk terbaru yang tentunya trend pada saat ini.
2.	bagaimana cara bekerjasama dengan orang lain untuk mendapatkan konsumen atau masukan pendapatan yang diinginkan dan bagaimana sistemnya untuk melakukan kerjasama tersebut ?
	biasanya pemilik melakukan kerjasama dengan cara meminta tolong kepada pihak kedua yaitu teman, tetangga, atau orang lain untuk mempromosikan produk online shop lalu ketika produk tersebut laris atau ada yang membeli dari pihak kedua hasil dari jualannya tersebut 80% untuk pemilik dan yang 20% untuk pihak kedua yang bersedia untuk membantu mempromosikan.
3.	bagaimana cara meyakinkan kepada konsumen untuk tertarik membeli kepada pihak kedua dan percaya kepada pihak kedua tersebut ?

	<p>Untuk menyakinkan kepada konsumen atau pembeli pemilik akan memberikan bahan dan kata-kata promosi yang sangat menarik untuk menarik minat konsumen, pihak kedua bisa menciptakan kreatifitas promosi sendiri untuk menarik minat konsumen juga sehingga pemilik tidak mewajibkan bahan promosi dari pemilik semua.</p>
4.	<p>Bagaimana cara anda melakukan promosi mulut ke mulut ini padahal mereka belum kenal dengan girlies shop sebelumnya ?</p>
	<p>Pemilik memberikan citra baik kepada konsumen yang pertama kenal dengan online ini agar konsumen merasa puas berbelanja di Girlies Shop Pulung dengan kualitas produk yang ditawarkan dan pelayanan yang baik. Konsumen juga sering datang dengan orang yang berbeda beda dengan orang yang sebelumnya datang ke Girlies Shop. Ada juga masyarakat yang tahu tentang online shop ini dari teman dan saudara.</p>
5.	<p>bagaimana cara anda mengatasi masalah tersebut supaya promosi yang anda gunakan berbeda dengan promosi pihak lain yang tentunya dari distributor yang sama ?</p>
	<p>untuk mengatasi hal tersebut saya akan memutar otak untuk kreatif mungkin membuat promosi semenarik mungkin untuk menarik konsumen, lalu biasanya saya juga minta tolong kepada teman saya untuk membuat bahan promosi yang hampir mirip dengan yang diberikan distributor dan tentunya bisa berbeda dengan pihak lain.</p>
6.	<p>lalu bagaimana cara anda untuk menyikapi banyak pesaing dalam berbisnis lalu juga memiliki distributor yang sama dalam mengambil barang, apakah</p>

	tidak ada distributor lain untuk anda mengambil barang ?
	<p>untuk menyikapi banyaknya pesaing dalam melakukan bisnis itu adalah hal yang wajar sebagai pebisnis yang termasuk belum lama seperti saya ini, karena ini dunia bisnis maka mau tidak mau harus menerima resiko tersebut, untuk menyikapinya saya selalu bersikap sabar dan juga harus memiliki keaktifan dan kreatifitas dalam melakukan promosi agar konsumen selalu bisa melihat promosi produk saya dan kalaupun itu sudah rejeki saya maka tidak akan kemana. Dan untuk masalah distributor, ada distributor lain akan tetapi beda distributor biasanya harga yang ditawarkan juga beda. Maka dari itu saya juga akan memilih distributor yang memiliki harga miring agar saya ketika akan menjual lagi bisa memiliki keuntungan yang saya harapkan.</p>
7.	apa faktor internal yang muncul ketika anda mendirikan dan menjalankan bisnis ini ?
	<p>faktor internal banyak, akan tetapi yang utama adalah kurangnya dukungan keluarga dari awal merintis dalam menjalankan bisnis ini dan pandangan orang-orang sekitar yang memandang rendah bahwa bisnis onlie shop termasuk tidak memberi keuntungan yang banyak, karena tempat saya melakukan bisnis ini di Desa yaitu Pulung maka dari itu orang desa yang kurang tahu tentang sudah banyaknya nya orang yang sukses melalui dunia bisnis online shop.</p>
8.	Dari kurangnya dukungan dari keluarga tersebut, apakah akan membuat anda merasa tidak semangat dalam menjalankan bisnis dan bagaimana cara anda supaya semangat dalam mengelola produk yang akan dipasarkan ?

	tidak ada faktor internal lain akan tetapi dalam menjalankan bisnis dan mengelola produk yang akan saya pasarkan saya kurang paham dan kurang cekatan dalam hal tersebut maka dari itu biasanya saya akan meminta tolong kepada teman saya untuk membantu saya dalam berpromosi supaya promosi yang saya jalankan bisa berjalan sesuai dengan harapan saya.
9.	Dari soal harga yang anda tawarkan apakah hal tersebut dapat berpengaruh ke dalam faktor internal dari bisnis online shop girlies shop Pulung ?
	Dari soal harga sendiri dari online shop ini menurut saya harga yang saya tawarkan termasuk masih dalam harga yang wajar atau murah sesuai dengan kantong pelajar, karena tujuan dari online shop ini yaitu lebih mengarah ke kebutuhan pelajar keatas. Akan tetapi harga yang saya tawarkan terlalu jauh dari harga distributor sehingga banyak konsumen yang mengeluh soal harga yang saya tawarkan.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Anindia

Jabatan : Pemilik Girlies Shop Pulung

Tanggal : 13 Maret 2022

1.	Bagaimana pendapat anda tentang prinsip keesaan untuk kegiatan bisnis?
	seorang muslim yang berbisnis memang harus menerapkan etika bisnis dalam islam akan tetapi didalam online shop ini belum sempurna dalam menerapkan prinsip tersebut, karena permasalahannya adalah bahan-bahan yang digunakan untuk foto dan video promosi model yang ada di foto

	<p>tersebut masih menunjukkan aurat dan kebanyakan seperti itu. Walaupun membuat bahan promosi sendiri girlies shop masih menjadi reseller dari distributor produk tersebut dan masih proses untuk bisa membeli langsung dengan skala besar kepada distributor dan akan bisa menjadi member resmi.</p>
2.	<p>Bagaimana pendapat anda sebagai pemilik tentang prinsip kedailan dalam bisnis online shop di girlies shop Pulung ?</p>
	<p>namanya berbisnis supaya mendapat berkah dari Allah SWT salah satunya juga harus adil dengan para konsumen, akan tetapi konsumen yang membeli produk-produk dari girlies shop ada yang sudah berlangganan ada juga yang masih pertama kali menjadi konsumen girlies shop. Dari hal tersebut biasanya dari pihak girlies shop akan memberi potongan harga untuk konsumen setia yang sudah menjadi langganan girlies shop Pulung dan untuk konsumen yang baru pertama kali menjadi pelanggan akan tetap girlies shop layani dengan baik juga supaya konsumen tersebut bisa menjadikan girlies shop sebagai online shop langganan mereka.</p>
3.	<p>Bagaimana pendapat anda tentang penerapan prinsip kejujuran di dalam bisnis online shop ?</p>
	<p>Menurut Anindia jujur merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki manusia, apalagi sebagai seorang pelaku bisnis harus mempunyai sifat atau prinsip tersebut supaya dalam menjalankan bisnis bisa berjalan dengan lancar.</p>
4.	<p>Seberapa penting arti kejujuran dalam berbisnis ?</p>

	<p>kalau menurut pemilik girlies shop kejujuran itu sangat penting dalam dunia bisnis dan di kehidupan sehari-hari agar hidup menjadi berkah untuk kedepannya. Dan untuk bentuk kejujuran bisa dilihat dari segi harga yang ditawarkan, misalnya belanja dengan diberikan nota tertulis harga sekian dan setelah ingin melakukan pembayaran ternyata sama dengan harga di nota, dari situlah tidak ada manipulasi harga. Dan dari bentuk lain dilihat dari promosi, saat promosi mengatakan bahwa kualitas produk yang dijual bagus dan faktanya memang produk yang di tawarkan memang bagus setelah dilihat sendiri oleh konsumen, berarti tidak ada manipulasi disini.</p>
5.	<p>Bagaimana pendapat anda tentang penerapan prinsip tanggung di dalam berbisnis?</p>
	<p>Menurut Anindia selaku pemilik girlies shop Pulung bahwa tanggung jawab dalam berbisnis itu sangat penting, karena ketika bsinis online shop mengalami atau mendapat komplain dari konsumen tentang kerusakan barang yang diterima melalui online maka online shop harus bertanggung jawab akan tetapi girlies shop hanya mengganti barang yang keliru saat pengemasan dan tidak menerma barang rusak ketika pengiriman karena itu semua kesalahan saat pengiriman bukan salah dari girlies shop dan di girlies shop sebelum dikirim dipastikan sudah aman dan layak untuk dikirim.</p>

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Devita

Jabatan : Konsumen

Tanggal : 10 Maret 2022

1.	<p>Dalam pemasaran dan pembelian produk baru harus rajin melihat trend fashion atau produk yang saat ini sedang berkembang, agar online shop Gilries Shop Pulung tetap eksis di pasaran dunia online shop pada media social dengan produk-produk terbaru yang tentunya trend pada saat ini ?</p>
	<p>Kalau berkunjung di Girlies Shop Pulung biasanya melihat upload story produk dari <i>whatsapp</i>, <i>facebook</i>, dan <i>instagram</i> Girlies shop Pulung. Disini produk yang di tawarkan banyak produk baru seperti skincare dan juga produk-produk yang trend saat ini juga ada. Di Girlies Shop Pulung selalu update barang datang, barang baru di media social dan terkadang langsung keracunan untuk membeli barang tersebut.</p>
2.	<p>Darimana anda tahu tentang online shop girlies shop Pulung ini ?</p>
	<p>konsumen mengetahui online shop Girlies Shop Pulung ini dari teman yang pernah belanja di Girlies Shop Pulung. Teman konsumen berkata produk-produk yang ditawarkan di Girlies Shop pulung bagus-bagus dan ada berbagai macam produk yang lengkap.</p>

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Devita

Jabatan : Konsumen

Tanggal : 14 Maret 2022

1.	Apakah selama dalam menjadi konsumen di girlies shop Pulung pernah mendapat potongan harga atau hal yang bias untuk mengapresiasi sebagai konsumen?
	sebagai konsumen yang sudah berlangganan di girlies shop sudah banyak yang saya dapatkan salah satunya yaitu potongan harga di maksimal pembeli ataupun girlies shop sering menurunkan harga produk-produk yang ditawarkan. Biasanya girlies shop Pulung di setiap hari raya idul fitri juga memberikan bingkisan kepada konsumen yang sudah berlangganan di girlies shop atau juga biasanya memberikan bingkisan kepada setiap konsumen yang datang langsung ke girlies shop Pulung.
2.	Apakah selama anda menjadi konsumen di girlies shop pernah mengalami barang rusak dan dari pihak girlies shop apakah bertanggung jawab atas kerusakan barang tersebut ?
	selama menjadi konsumen di girlies shop Pulung pernah sekali mengalami kerusakan barang saat membeli dan itu ketika membeli lewat offline yaitu COD (<i>cash on delivery</i>) ketika itu barang yang dibawa rusak selama perjalanan dan maka dari itu dari pihak grlies shop langsung mengganti barang tersebut dengan barang baru dan di hari itu pulang pergi Ponorogo kota sampai Pulung. Dari sinilah bisa di artikan bahwa girleis shop Pulung

	bisa bertanggung jawab dan mengganti barang pada saat itu walaupun jarak took ke tempat COD (<i>cash on delivery</i>) lumayan jauh.
--	---

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Syahra

Jabatan : Konsumen

Tanggal : 15 Maret 2022

1.	Apakah anda merasakan keadilan dari girlies shop Pulung sebagaimana anda masih menjadi konsumen baru di girlies shop Pulung?
	sebagai konsumen yang mungkin baru saja menjadi pembeli di girlies shop Pulung belum pernah mendapatkan promos ataupun bonus, akan tetapi itu semua bukan masalah bagi konsumen baru. Walaupun masih menjadi konsumen baru, di girlies shop juga melayani konsumen lama atau pun baru dengan sangat baik dan pemilik dari girlies shop sendiri juga sangat <i>fast respon</i> ketika melayani konsumen.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Khalista

Jabatan : Reseller

Tanggal : 10 Maret 2022

1.	Dari pernyataan dari pemilik girlies shop Pulung dalam berpromosi bagaimana cara anda menyakinkan konsumen untuk membeli produk anda bahkan anda sendiri tidak ada wujud barang melainkan hanya modal bahan
----	---

	promosi ?
	<p>untuk menyakinkan konsumen akan produk yang saya tawarkan yaitu dengan cara membuat <i>story whatsapp, instagram, facebook</i> semenarik mungkin dan memanfaatkan bahan promosi dari Anindia lalu diolah menjadi foto dan video promosi setiap hari sehingga konsumen akan selalu melihat lalu keracunan. Atau bisa juga saya akan memberi potongan harga untuk maksimal dan beberapa kali pembelian, akhirnya dari situlah konsumen akan tertarik untuk membeli.</p>
2.	<p>apakah anda tidak akan mengalami kerugian dan disamping itu anda juga masih menjadi <i>reseller</i> yang tentunya akan mendapatkan keuntungan dari anda berjualan tidak banyak ?</p>
	<p>memang saya masih menjadi <i>reseller</i> akan tetapi saya masih belum mempunyai banyak modal untuk mendirikan usaha sendiri dan saya percaya lama-lama dari usaha saya yang bekerja sama dengan <i>girlies shop Pulung</i> akan menjadi berkembang dan saya juga akan bisa menciptakan <i>reseller-reseller</i> saya sendiri. Keuntungan saya memang tidak banyak akan tetapi bisa untuk menambah penghasilan dan saya juga masih seorang mahasiswa yang belum mempunyai pekerjaan dan termasuk bisa meringankan beban orang tua saya.</p>

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Khalista

Jabatan : Reseller

Tanggal : 13 Maret 2022

1.	Bagaimana pendapat anda tentang penerapan prinsip tanggung jawab di girlies shop Pulung ?
	Menurut Khalista sebagai <i>reseller</i> dari girlies shop Pulung dalam menerapkan prinsip tanggung jawab girlies shop sudah menerapkan itu, sebagai contoh waktu itu pernah ada konsumen dari saya juga barang yang diterima ada bekas tergores dan konsumen tersebut ingin meminta pertanggung jawaban dari Khalista, akan tetapi Khalista disini hanya sebagai perantara atau <i>reseller</i> maka dari itu Khalista meminta dari pihak girlies shop semua itu kesalahan dari girlies shop atau bukan. Dan ternyata setelah di cek-cek memang benar kesalahan dari girlies shop lalu barang tersebut diganti dengan barang baru.

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ariel Agustina Devie
2. Tempat & Tgl.Lahir : Tulungagung, 4 Agustus 1999
3. Alamat Rumah : Jl. Batoro Katong No.19, Mangunsuman,
Siman, Ponorogo
4. HP : 088803413883
5. E-mail : arielagtd@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:
 - a. SD Ma'arif Ponorogo (Th. 2010)
 - b. SMP Negeri 1 Kec. Siman Ponorogo (Th. 2014)
 - c. SMK Negeri 1 Ponorogo (Th. 2018)
 - d. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo (Th. 2022)

Ponorogo, 10 Mei 2022

Ariel Agustina Devie

NIM 401180158

Ariel Agustina

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	6%
2	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	3%
3	123dok.com Internet Source	2%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uir.ac.id Internet Source	<1%
8	storage.googleapis.com Internet Source	<1%
9	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1%
10	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1%
11	Dspace.Uii.Ac.Id Internet Source	<1%
12	jurnal.umus.ac.id Internet Source	<1%
13	jurnal.uui.ac.id Internet Source	<1%
14	ojs.uma.ac.id Internet Source	<1%
15	Yuppy Triwidatin, Saepul Anwar. "SISTEM PENGGAJIAN GURU BIMBINGAN BELAJAR (ANALISIS PADA DAMPAK PERSAINGAN)", JURNAL AKUNIDA, 2021 Publication	<1%
16	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
17	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1%
18	repository.univ-tridinanti.ac.id Internet Source	<1%
19	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1%

21	mynida.stainidaeladabi.ac.id Internet Source	<1 %
22	Repository.Unej.Ac.Id Internet Source	<1 %
23	books.google.co.id Internet Source	<1 %
24	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
25	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
26	comserva.publikasiindonesia.id Internet Source	<1 %
27	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
28	ojs.stiami.ac.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
30	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	<1 %
31	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.unwim.ac.id	

	Internet Source	<1 %
33	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
34	core.ac.uk Internet Source	<1 %
35	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
36	idoc.pub Internet Source	<1 %
37	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1 %
38	doaj.org Internet Source	<1 %
39	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %