

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Berdirinya Kasinta Store

Pemasaran online merupakan pertukaran perdagangan produk maupun barang yang dilakukan melalui media sosial dengan menggunakan bantuan koneksi internet secara online. Untuk situasi ini, penjual mempromosikan barang dagangannya melalui media sosial miliknya baik itu berbentuk WhatsApp, Facebook, maupun Instagram.

Pada zaman modern seperti saat ini khususnya di Kecamatan Baruga, telah banyak menghasilkan kebiasaan dan minat beli secara online, kebiasaan dan minat secara online ini sangat banyak dilakukan oleh konsumen pada usia remaja hingga dewasa, masyarakat biasa, ibu rumah tangga serta mahasiswa. Kasinta Store merupakan toko yang berdiri sejak bulan Mei tahun 2017 di Lrg. Lalongori, Kec. Baruga, Kab. Kota Kendari. Usaha ini di jalankan oleh seorang ibu rumah tangga Andi Ratna Sintya Pratiwi dan sang suami Breif Indrawan Yarton yang menjalankan keahliannya dibidang pemasaran dan sekaligus menjadikan tokonya sebagai penghasilan utama bagi mereka. Toko Kasinta mulai dibuka pada pukul 10.00-21.00, sedangkan modal awal pada saat memulai usaha yang digunakan untuk persediaan barang yaitu sebesar Rp.1.600.000 dan pada saat ini mereka dapat mengumpulkan modal sebesar kurang lebih Rp.51.000.000 dengan keuntungan sebanyak Rp.30.000.000 selama satu bulan.

Berawal dari berjualan online di kediaman mereka yang berada di Jln. Laute 1, Kec. Mandonga. Kasinta Store memulai bisnis yang berfokus pada penjualan di bidang *fashion* terutama untuk wanita. Selama Kasinta Store menjalankan bisnisnya mereka mempunyai keinginan untuk membangun sebuah Toko atau *Offline store* agar para konsumen dapat melihat produknya secara langsung, sehingga para konsumen dapat memilih dengan bebas produk yang mereka jual.

Pada tahun 2018 berkat kegigihan mereka berjualan online melalui mediasosial, Kasinta mendirikan sebuah toko di Jln. Brigjend Katamso, Kec. Baruga. Semenjak kasinta mendirikan sebuah toko mereka merasakan adanya perubahan yang cukup signifikan, salah satunya yaitu adanya peningkatan pada penjualan produk yang mereka jualkan melalui instagram. Selain itu, semenjak berdirinya toko konsumen lebih mudah untuk memilih barang yang sebelumnya telah di posting di beranda akun instagram Kasinta Store.

Pemasaran yang dilakukan Kasinta Store agar produk-produknya bisa laku terjual yaitu dengan cara memposting setiap foto produk yang *ready* atau tersedia di toko dan mengunggahnya ke akun instagram Kasinta. Cara pengambilan gambar untuk suatu produk juga sangat diperhatikan secara detail mulai dari pencahayaan, posisi, serta pernak pernik tambahan untuk memberikan kesan menarik pada produk yang akan mereka unggah ke akun instagram.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dan wawancara dengan pemilik toko beliau menuturkan:

“Sejak pertama kali kami menjalankan usaha Kasinta ini alhamdulillah kami merasakan perubahan yang sangat luar biasa, berawal dari berjualan di media sosial hingga mencoba menetap di instagram omset yang didapatkan tiap tahun selalu meningkat hingga kami bisa mendirikan toko sendiri” (Hasil wawancara owner Kasinta store)

Pada awal menjalankan usaha mereka merasakan sebuah peningkatan dari tahun ke tahun. Dengan alasan harga produk yang mereka jual sangatlah terjangkau dan kualitas produk yang cukup baik dibandingkan toko yang lainnya yang menjadikan para konsumen khususnya para wanita sangat menyukai untuk berbelanja di Kasinta Store.

4.1.2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan Kasinta store sebagai pusat toko yang diminati dan disukai oleh para konsumen serta dapat menjadi percontohan untuk toko yang sama dibidangnya.

b. Misi

Mengajak serta menciptakan generasi muda (milenial) untuk menjadi wirausahawan dan ikut berpartisipasi dalam memajukan perekonomian khususnya di kota Kendari.

4.1.3. Keadaan Kasinta Store

Kasinta Store memiliki bangunan toko yang mempunyai 2 lantai. Lantai pertama digunakan sebagai tempat berjualan dan lantai kedua digunakan sebagai tempat tinggal pemilik toko.

4.1.4. Peran Instagram Pada Kasinta Store

4.1.4.1. Pemasaran Produk

Produk merupakan perwujudan dari segala kebutuhan dan keinginan para konsumen yang direalisasikan serta diciptakan oleh perusahaan. Produk sendiri terbagi menjadi dua macam, yaitu barang dan jasa. Kasinta Store merupakan salahsatu pelaku usaha yang menyuplai barang khususnya untuk kebutuhan manusia diantaranya kebutuhan pada wanita. Kasinta Store sampai saat ini memasarkan beberapa jenis produk diantaranya yaitu :

Tabel 1.2
Daftar produk yang dijual di Kasinta Store

| No. | Produk | Harga | Jumlah |
|-----|--------------------|-----------|--------|
| 1. | Cermin kecil | Rp.10.000 | 1pcs |
| 2. | Dompet | Rp.45.000 | 1pcs |
| 3. | Kacamata | Rp.25.000 | 1pcs |
| 4. | Ransel | Rp.75.000 | 1pcs |
| 5. | Sendal | Rp.75.000 | 1pcs |
| 6. | Tas | Rp.65.000 | 1pcs |
| 7. | Sisir rambut | Rp.7.000 | 1pcs |
| 8. | Kuas motif | Rp.15.000 | 1pcs |
| 9. | Ikat rambut gurita | Rp.10.000 | 1pcs |
| 10. | Ikat rambut motif | Rp.5.000 | 1pcs |
| 11. | Ikat rambut kecil | Rp.7.000 | 4pcs |
| 12. | Jepit rambut besar | Rp.5000 | 1pcs |
| 13. | Jepit rambut kecil | Rp.7000 | 6pcs |
| 14. | Bando rambut | Rp.8.000 | 1pcs |
| 15. | Pelindung kabel | Rp.35.000 | 1pcs |
| 16. | Tasbih digital | Rp.10.000 | 1pcs |
| 17. | Tali masker | Rp.10.000 | 1pcs |

Sumber :Instagram Kasinta store

Tabel 1.3
Data penjualan Kasinta store selama 3 bulan

| No. | Nama Barang | Barang Terjual | | |
|-------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | Januari | Februari | Maret |
| 1. | Cermin kecil | 50pcs | 62pcs | 70pcs |
| 2. | Dompot | 300pcs | 250pcs | 350pcs |
| 3. | Kacamata | 70pcs | 73pcs | 73pcs |
| 4. | Ransel | 200pcs | 221pcs | 500pcs |
| 5. | Sendal | 220pcs | 200pcs | 230pcs |
| 6. | Tas | 500pcs | 400pcs | 800pcs |
| 7. | Sisir rambut | 80pcs | 84pcs | 80pcs |
| 8. | Kuas motif | 50pcs | 51pcs | 40pcs |
| 9. | Ikat rambut gurita | 70pcs | 71pcs | 80pcs |
| 10. | Ikat rambut motif | 40pcs | 45pcs | 45pcs |
| 11. | Ikat rambut kecil | 50pcs | 40pcs | 51pcs |
| 12. | Jepit rambut besar | 80pcs | 78pcs | 81pcs |
| 13. | Jepit rambut kecil | 55pcs | 56pcs | 60pcs |
| 14. | Bando rambut | 80pcs | 82pcs | 88pcs |
| 15. | Pelindung kabel | 80pcs | 79pcs | 100pcs |
| 16. | Tasbih digital | 40pcs | 38pcs | 48pcs |
| 17. | Tali masker | 60pcs | 110pcs | 70pcs |
| Omzet | | Rp.83.100.000 | Rp.89.521.000 | Rp.93.433.000 |

Sumber: data Kasinta store

Berdasarkan observasi yang dilakukan, penjualan Kasinta store selama 3 bulan lamanya mengalami adanya peningkatan. Hal itu dikarenakan Kasinta store meningkatkan kualitasnya dalam menggunakan instagram untuk memasarkan produknya. Instagram sendiri sangat berperan penting terhadap penjualan Kasinta store karena banyak fitur yang menarik yang membuat calon konsumennya memiliki keinginan untuk berbelanja, seperti yang di ungkapkan salah satu informan:

“Alasan saya sering berbelanja online di Kasinta store karena harganya yang cukup terjangkau kualitasnya

juga tidak diragukan, gambar yang ditampilkan sangat menarik dan harganya sudah dicantumkan di caption, jadi kita tidak perlu repot-repot menanyakan harga lagi, detail produknya juga sudah dijelaskan secara baik sehingga kita para pengikut instagram Kasinta store tinggal memilih barang yang diinginkan setelah itu langsung dipesan dan langsung juga diantarkan oleh kurir” (Hasil wawancara informan).

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa instagram sangat berpengaruh terhadap Kasinta store, apalagi instagram selalu menghadirkan update-update terbaru agar penggunanya dapat menikmati fitur-fitur yang menarik secara gratis hanya dengan modal kuota internet. Adanya fitur menarik dapat dimanfaatkan oleh Kasinta store sebagai peluang agar produknya lebih dilirik maupun diminati oleh para pengikutnya di instagram. Dipilihnya instagram sebagai media pemasaran dikarenakan media sosial ini cukup populer dikalangan anak muda yang sesuai dengan target pasar Kasinta store.

Sebelum Kasinta store mengunggah gambar produk atau postingannya ke instagram, mereka terlebih dahulu memperhatikan produk yang akan di posting, contohnya seperti melakukan pengeditan pencahayaan serta tata letak gambar agar para konsumen yang melihat akan tertarik untuk berbelanja. Dengan demikian, konsumen pastinya akan tertarik ingin mengetahui tentang Kasinta Store, di sisi lain yang membuat konsumen banyak mengikuti akun instagram Kasinta dikarenakan

adanya keterangan atau *caption* yang tertera dengan jelas disetiap postingan yang diunggah, sehingga mudah untuk di mengerti oleh *followers* nya seperti yang di tuturkan oleh salah satu informan:

“Saya sering berbelanja di Kasinta Store karena disetiap gambar sudah ada keterangan mulai dari bahan produk, harga, review produk jadi kita sangat mudah untuk melihat harga tanpa bertanya dulu kepada penjualnya, bahkan jika sedang diskon besar-besaran harganya jauh lebih murah dibandingkan harga biasanya dan kualitasnya tidak pernah mengecewakan apalagi model seperti tas yang dijual Kasinta Store selalu berkembang mengikuti gaya dan tren masa kini sehingga saya berlangganan di toko tersebut” (Hasil wawancara konsumen).

Selain itu pemilik toko juga menuturkan :

“Sebelum kami mengunggah suatu postingan atau produk di media sosial, kami selalu memberikan gambar dengan hasil yang terbaik agar lebih menarik dilihat atau dipandang. Selain itu postingan yang menarik juga akan mempengaruhi minat calon pembeli dengan rasa penasarannya sehingga rata-rata para pembeli Kasinta store tertarik membeli produk dikarenakan rasa penasaran mereka terhadap suatu produk yang kami posting sehingga timbul keinginan untuk membeli” (Hasil wawancara owner).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa peran instagram yaitu dapat menarik konsumen dan dapat menampilkan promosi yang menarik dibandingkan aplikasi lainnya. Dikarenakan instagram mempunyai banyak fitur yang dapat dimanfaatkan contohnya seperti instastory. Kasinta store selalu rajin mengaploud produk dan membagikan kegiatan

jualannya diinstastory dan snapgram.

Toko kasinta beranggapan bahwa pada zaman modern seperti sekarang ini kalangan konsumen terutama masyarakat dan anak-anak muda tidak menginginkan promosi yang disebarakan melalui media cetak seperti majalah ataupun koran. Jika metode itu tetap dilakukan maka dapat menghabiskan biaya Kasinta store itu sendiri, oleh karena itu alasan Kasinta store menggunakan instagram dikarenakan tidak memakai biaya sepeser pun, hanya bermodalkan skill dan kuota internet, usaha dapat dijalankan dengan baik dan tidak lupa juga dapat menarik konsumen agar langsung membeli barang yang ditawarkan.

4.1.4.2. Promosi Penjualan Kasinta store di Instagram

Promosi penjualan merupakan alat-alat promosi dalam meningkatkan suatu penjualan dan merupakan alat promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk Kasinta kepada konsumen, dengan promosi penjualan yang dilakukan oleh Kasinta, konsumen pun mampu mengetahui produk apa saja yang dijual oleh Kasinta dan mampu mendapatkan tanggapan baik dari konsumen terhadap Kasinta store. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Kasinta store antara lain yaitu :

1. Penurunan harga berupa diskon atau penurunan harga, pemberian diskon dilakukan pada saat hari-hari tertentu saja ataupun dengan jumlah minimal pembelian, Kasinta selalu memberikan potongan harga dengan minimal pembelian 4 produk.

2. Premi atau hadiah berupa uang gratis seperti *give away* pada saat ada hari- hari tertentu contohnya hari kemerdekaan yang dinilai sangat bermakna oleh Kasinta store, maka sebagai peringatan terhadap hari-hari tertentu tersebut Kasinta store memberikan produk gratis yang bertujuan dapat menarik minat konsumen.
3. Garansi produk Kasinta store 1x24 jam, apabila ada produk Kasinta yang rusak sampai ke tangan konsumen maupun ada cacat maka pihak Kasinta store siap mengganti dengan barang yang lebih baik atau dilakukan pengembalian uang ke konsumen itu sendiri.

Hal-hal tersebut dilakukan oleh Kasinta store dengan tujuan sebagai bentuk pendekatan Kasinta store kepada konsumennya. Promosi yang dilakukan oleh Kasinta store pun dinilai sesuai dengan aktivitas penjualan atau pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka untuk mendorong pembelian konsumen maupun mendorong upaya yang dilakukan oleh tenaga penjual dan dukungan promosi penjualan, sehingga dapat menjadi daya tarik yang bisa mempercepat terjadinya proses pembelian konsumen yang kemudian dapat diarahkan pada pengguna akhir di sebuah barang atau jasa bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan efektivitas penjualan bagi Kasinta store.

Melihat kondisi tersebut, Kasinta store telah menerapkan

media publisitas dan menggunakan aplikasi instagram dengan baik sehingga mampu untuk meningkatkan penjualan selama beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dibuktikan dengan penjualan yang selalu meningkat setiap tahunnya.

Tujuan adanya promosi adalah untuk memudahkan Kasinta store dalam memperkenalkan produknya berupa *fashion* wanita mulai dari remaja hingga dewasa dengan pemanfaatan instagram sebagai media promosinya sehingga dapat berdampak positif pada peningkatan penjualan produk Kasinta store. Namun, ada hal yang terkadang masih menjadi kendala untuk Kasinta store, yaitu terdapat beberapa barang yang selalu habis dan pada saat konsumen menginginkan barang tersebut, konsumen harus menunggu barang tersebut sampai *ready stock* kembali sebagai penjual, sebaiknya dapat memberikan yang terbaik kepada para konsumen agar konsumen tersebut merasa senang dan bisa menjadi pelanggan tetap dan dapat saling menguntungkan satu sama lain. Kepada para konsumen diharapkan lebih bijak lagi dan berhati-hati dalam melakukan pembelian barang atau produk melalui online. Sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan yaitu Sinta selaku pengguna aktif instagram dan pembeli online.

“Selama berbelanja online, hal pertama yang saya perhatikan adalah testimoni dari pembeli yang sebelumnya, karena terkadang saat kita berbelanja melalui online gambar dan kenyataannya sangat berbeda, lebih bagus di gambar dari pada barang aslinya. Tetapi Kasinta store sangat baik dalam mempertahankan kualitas produknya maka dari itu

saya juga sering mengajak teman-teman belanja di sana karena model dan harganya sangat terjangkau terutama seperti kami para mahasiswa” (Hasil wawancara informan).

Hal yang sama juga diungkapkan salah satu informan yang berlangganan di Kasinta store.

“Saya sering berbelanja tas di Kasinta, alasannya karena gambar yang mereka unggah di instagram sangat menarik dan tidak jauh beda dengan barang aslinya dan alhamdulillah jika barang yang sampai ada cacatnya bisa langsung dikembalikan atau ditukar dengan barang yang lain sehingga saya nyaman berlangganan di Kasinta store, ownernya pun sangat fast respon dan melayani dengan baik” (Hasil wawancara informan).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dari beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa jual beli online yang dilakukan antara penjual dan pembeli harus sesuai ketentuan yang dimana barang atau produk yang dijual itu jelas dan jauh dari unsur haram, adapun kecacatan atau kerusakan perlu disebutkan dalam deskripsi keterangan. Dalam bertransaksi jual beli sudah diatur dalam ekonomi syariah, oleh karena itu ada aturan dan syarat-syarat yang harus dipenuhi. Akad adalah kunci dan fokus utama untuk menentukan apakah transaksi tersebut telah sesuai dengan syariat Islam. Jika dalam transaksi ada kecurangan, bisa dikatakan transaksi yang dilakukan mengandung unsur bai’ Al-mudtarr oleh karena itu tidak boleh dilakukan.

Selain itu, Kasinta juga sering mengadakan promo dan *give*

away kepada para pengikutnya diinstagram yang berjumlah kurang lebih 27 ribu orang. Tujuannya yaitu untuk menarik perhatian dan antusias para *followers* Kasinta agar mendapatkan daya tarik tersendiri terhadap barang yang dijual melalui instagram oleh Kasinta store. Dengan cara ini juga Kasinta dapat membuat para konsumennya agar sering berbelanja dan mereka juga dapat memantau postingan terbaru. Kasinta store memiliki jadwal tersendiri untuk mengunggah postingan produknya ke media sosial, yaitu pada pagi dan malam hari. Alasannya dikarenakan pada pagi dan malam hari pengguna media sosial sangat aktif.

Seperti yang diungkapkan oleh owner Kasinta store :

“Jadwal kami untuk memposting gambar produk ke instagram yaitu pagi dan malam hari, dikarenakan pengguna aktif di media sosial maupun di instagram adalah kedua waktu tersebut, jadi para pengikut kami bisa langsung melihat postingan terbaru diantaranya ada tas, sandal, maupun aksesoris, jadi siapa pun yang berminat bisa langsung menghubungi kami melalui instagram ataupun lewat Whatsapp yang tertera di profil instagram Kasinta store” (Hasil wawancara owner Kasinta store).

Kasinta Store memang terkenal karena sering memberikan *give away* maupun promo kepada para pengikutnya di instagram. Saat ini, dengan berkembangnya teknologi perdagangan yang dilakukan oleh pebisnis online tidak selalu bertatap muka, mereka memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan jual beli online. Omset yang besar dan cenderung

mudah, menjadi daya tarik tersendiri berjualan secara online.

4.1.4.3. Perspektif Ekonomi Syariah Dalam Berbisnis Online

Pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam yang telah dijalankan oleh Kasinta store telah sesuai dengan syariat islam, yaitu dengan adanya sifat jujur, baik, dan halal serta tidak lupa mengikuti anjuran dari Nabi Muhammad SAW. Pemasaran dalam Islam merupakan suatu penerapan yang isinya menganut disiplin strategi sesuai dengan nilai dan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Adapun pemasaran dengan konsep strategi yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis yaitu sebagai berikut:

1. *Product*

Product adalah segala sesuatu yang ditawarkan dipasaran untuk mendapatkan perhatian, pembeli, dipergunakan, dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kasinta Store merupakan usaha yang bergerak dalam bidang fashion wanita seperti tas, dompet, sandal, sepatu dan lain sebagainya. Untuk harga produk dari Kasinta Store disesuaikan dengan pasar target dan tidak mengambil keuntungan secara besar-besaran.

a. *Shididiq* (Jujur/Benar)

Pemilihan lokasi Kasinta Store cukup strategis sehingga mudah di kunjungi baik bagi pembeli karena bisa langsung di akses melalui google maps dan tidak

sulit untuk sampai ke tujuan.

b. *Amanah* (Dapat dipercaya)

Kasinta Store merupakan salah satu toko fashion yang menyediakan tempat yang nyaman bagi pengunjung atau para konsumen yang datang langsung untuk berbelanja di toko dan dapat dipercaya keamanannya. Pelayanan yang prima ini juga diutamakan sesuai konsep 7S, yaitu: salam, senyum, sapa, sopan, santun, siap dan siaga. Ini terbukti ketika peneliti melakukan observasi, dimana jika ada konsumen yang datang ke Kasinta Store maka saat masuk telah disambut oleh pemilik yang sangat sigap untuk melayani dan sekaligus memberi senyuman dengan ramah dan dipersilahkan masuk dengan sopan santun.

c. *Fatahnah* (Cerdas)

Cerdas dalam artian di tempat, dimana sang pemilik toko Kasinta sangat cerdas memilih tempat yang strategis dan mudah diakses, kekurangan dari toko ini adalah minimnya tempat area parkir pengunjung sehingga para calon konsumen yang datang cukup kesulitan memilih tempat parkir yang aman.

Sekalipun mereka tidak menentukan harga secara

besaran nominal keuntungan yang wajar dalam perdagangan, namun dengan tegas Al-Qur'an berpesan, agar pengambilan keuntungan dilakukan secara *fair*, saling ridha dan menguntungkan.

Firman Allah dalam Al-Qur'an surah. An-nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemah: " Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (Kemenag, 2019:29).

2. *Place* (Saluran Distribusi)

Place atau saluran distribusi merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung, terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk untuk digunakan. Secara islamia berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW.

a. *Shiddiq*(Jujur, Benar)

Pemberian informasi mengenai produk yang ditawarkan tersebut secara jujur melalui kegiatan promosi. Dalam melakukan kegiatan usahanya, Kasinta

Store menerapkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan potensi pasar di kota Kendari dan strategi yang dijadikan pedoman untuk menjalankan bisnis tersebut dengan menggunakan media sosial instagram dan mengunggah produk di akun Kasinta Store dengan tujuan agar menarik minat para konsumen.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Pemasaran yang berdasarkan dari sikap jujur (*Siddiq*) inilah yang dapat dipercaya oleh para calon konsumen. Kasinta Store mempromosikan produknya dengan cara jujur sehingga dapat dipercaya dan tidak pernah untuk menjatuhkan sama sekali toko yang lainnya.

c. *Fathanah* (Cerdas)

Cerdas dalam membaca situasi pasar dan mencari peluang emas agar pemasaran produk Kasinta Store bisa lebih diminati, menarik, dan berkualitas. Kecerdasan dalam menciptakan produk agar terlihat menarik dimata para konsumen bisa menambah nilai jual dan ketertarikan tersendiri dalam melakukan pemasaran melalui media sosial maupun melalui Toko secara langsung.

d. *Tabligh* (Komunikatif)

Promosi yang aktif dan komunikatif dapat menarik para calon konsumen antusias dengan barang yang di promosikan tersebut. Komunikatif ini dimaksud agar antara penjual dan calon pembeli jelas mengetahui produk apa yang ditawarkan.

3. *Promotion* (Promosi)

Pemasaran perlu lebih dari sekedar pengembangan produk, penetapan harga dan membuat produk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen. Pemberian informasi mengenai produk yang ditawarkan tersebut melalui kegiatan promosi. Secara islami berdasarkan sifat Nabi Muhammad saw.

a. *Siddiq* (Jujur, Benar)

Dalam penempatan harga sebuah produk di Kasinta Store berdasarkan kejujuran, dimana kejujuran itu diartikan bahwa benar-benar harga yang apa adanya tercantum, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang akan dibuat, tanpa adanya saling merugikan antara penjual dan pembeli.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Amanah atau dapat dipercaya dapat diartikan bahwa harga yang diterapkan pada suatu produk benar sesuai mutu dan kualitas produk itu sendiri. Sehingga

hal ini dapat dipercaya oleh calon konsumen. Kasinta Store Selalu meningkatkan kepercayaan kepada calon konsumen dan konsumennya pun memberikan hak ikhtiar atau hak untuk mengembalikan barang yang telah dibeli dalam jangka waktu 1 hari dan hari pembelian dengan syarat tertentu dan produk tertentu pula.

c. *Fathanah* (Cerdas)

Pemilik Kasinta Store dalam menentukan suatu produk terhadap harga tentunya harus disesuaikan dengan mutu dan kualitas dari barang itu sendiri tanpa merugikan para konsumen.

d. *Tabligh* (Komunikatif)

Kasinta Store dalam menentukan harga bersifat komunikatif. Dengan tujuan agar terjadinya kombinasi yang baik khususnya dari produk dan pelayanan yang berkah.

4. *Price* (Harga)

Harga merupakan satuan ukur mengenai mutu suatu produk, harga atau jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi barang dan pelayanan yang menyertai. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW. Strategi pemasaran islami pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk

melahirkan keyakinan yang dampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa banyaknya konsumen yang sering melakukan pembelian berulang dengan alasan kualitas produk yang ditawarkan oleh Kasinta Store cukup setara dengan budget para konsumen yang menyukai harga murah tetapi tidak murahan. Selain karena barangnya yang terlihat menarik dan harga sesuai isi kantong, juga karena strategi pemasaran yang diterapkan senantiasa menanamkan nilai-nilai keislaman dan keyakinan yang kokoh kepada sang maha pemberi Rezeki, khususnya mencontoh cara Nabi Muhammad SAW. Dalam berbisnis dengan sifat *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*. Serta senantiasa memprioritaskan kualitas produk, selalu berinovasi memenuhi kebutuhan pasar, mengedepankan keinginan calon konsumen dan berkreatifitas agar produk yang ditawarkan dapat menarik pembeli.

Tentunya semua promosi dalam pemasaran islami tersebut harus dilakukan dengan istiqamah atau konsisten. Istiqamah yang dimaksud ialah seorang pemasar syariah dalam praktik pemasarannya harus selalu menerapkan aturan syariah sehingga konsumen tidak merasa dirugikan. Konsistensi ini perlu dilaksanakan terutama untuk mempertahankan konsumen lain.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Tinjauan Jual Beli Online Kasinta store

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dan observasi penulis dapat memperoleh bahwa jual beli online pada pemasaran Kasinta store sangat bagus diterapkan dalam berbisnis online, agar tidak ada dirugikan dari penjual maupun pembeli dan membantu mengatur segala proses jual beli yang amanah. Apalagi pada saat ini kalangan masyarakat khususnya masyarakat milenial sudah banyak yang melakukan transaksi jual beli melalui media online dikarenakan mudah dan simpel tanpa harus keluar rumah ataupun bertemu secara langsung.

Dari hasil observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk proses penjualan produk di instagram Kasinta store, proses yang dijalankan oleh penjual dalam penjualan online seperti biasa dengan memposting produk dengan mengunggah foto maupun video jualan di instagram, kemudian ada beberapa konsumen yang menggunakan penerapan sistem PO (*Pre Order*) atau jual beli pesanan, dimana pembeli terlebih dahulu memesan barang dan membayarnya kemudian menunggu barang yang dipesan tersebut sampai di tangan konsumen, dan ada juga memakai sistem COD (*Cash On Delivery*) yaitu bayar ditempat setelah barang tiba.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai harga barang diketahui bahwa konsumen online cukup puas berbelanja di Kasinta store karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan setara dengan kualitas produk. Sekalipun jika konsumen mendapatkan barang yang cacat atau rusak, Kasinta store telah menjaminkan uang

akan kembali atau produk yang cacat di ganti dengan yang lebih baik.

4.2.2. Peran Instagram Sebagai Sarana Pemasaran

Persepsi masyarakat dapat diartikan sebagai suatu proses penilaian terhadap suatu objek yang diamati. Hasil dari persepsi ini bisa saja baik dan bisa juga buruk, karena dalam proses persepsi seseorang itu tentulah sangat berbeda dalam penilaiannya tentang objek yang diamati. Begitu pula dengan persepsi peran instagram sebagai sarana pemasaran.

Sesuai hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peran instagram sangat penting di kalangan pengguna yang aktif menggunakannya apalagi masyarakat yang sering berbelanja online. Mereka sangat terbantu selama adanya pebisnis online yang memasarkan produknya melalui instagram, karena mereka menilai bahwa dibandingkan aplikasi yang lainnya aplikasi instagram sangat nyaman digunakan untuk berbelanja online, dikarenakan gambar dan keterangannya sudah sangat jelas dipaparkan oleh penjual, konsumen hanya tinggal memilih barang yang mereka sukaidan langsung bisa memesannya, setelah itu akan diantarkan oleh kurir sampai di tujuannya