

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Naisha**

##### **1. Profil Usaha Naisha**

Naisha Hijrah merupakan sebuah wirausaha dibidang produk pakaian yaitu khimar dan gamis yang terletak di Jl.Kl Penjawi No.20A/4, Prenggan, Kec.Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Awal terbentuknya Naisha berawal dari ketik sengajaan dapat bisa memiliki sebuah produk dengan label sendiri seperti saat ini. Nailatul Khaeroti selaku owner dari produk Naisha berterjun kedunia enterpreneur sejak masih berada dibangku kuliah, berawal dari coba-coba berjualan pulsa, lampu tumblr dan dompet hingga barang-barang lainnya. Diawali dari bulan Ramadhan mbak Nailatul Khaeroti fokus untuk memasarkan produk khimar dan gamis dikarenakan menurut beliau waktu yang tepat dan permintaan yang banyak pada saat bulan Ramadhan itulah dapat memberikan keuntunga bagi beliau. Pada saat itu produk khimar yang dipasarkan sudah hasil dari produksi sendiri dan untuk produk gamisnya bukan hasil produksi sendiri namun masih didapat dari produsen lain.

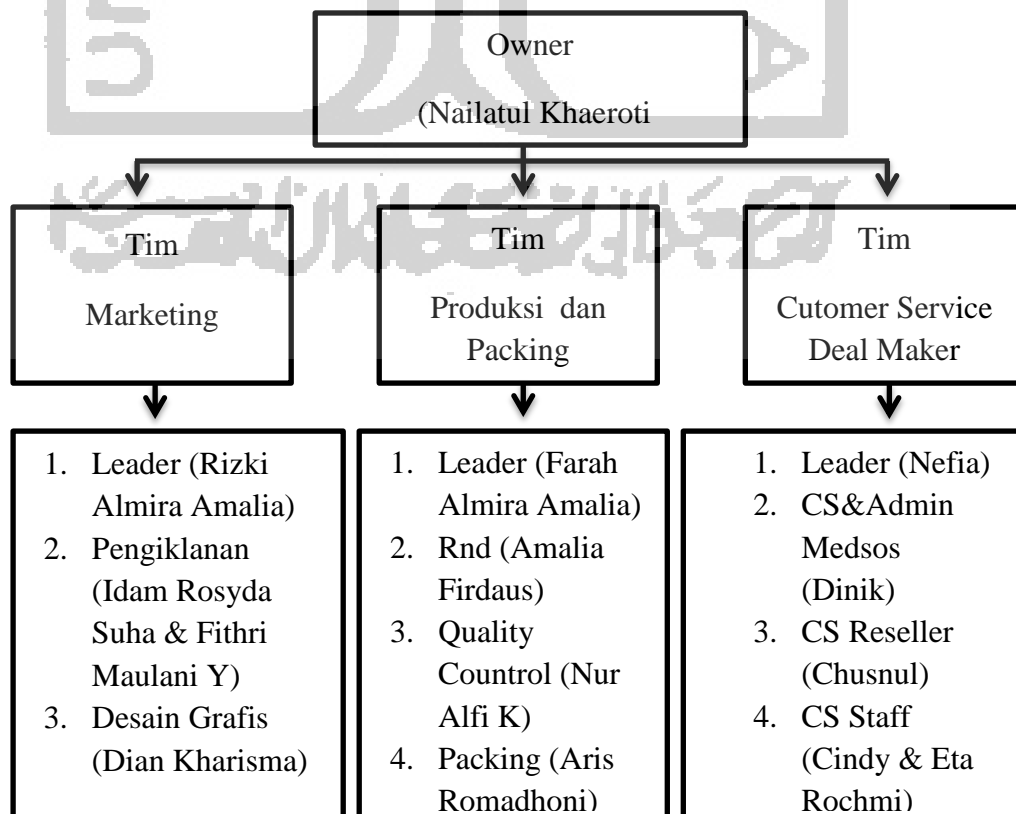
Sehingga setelah Ramadhan beliau mulai berfikir terhadap barang yang beliau jual apakah itu hanyalah sebuah momen saja pada saat Ramadhan atau apakah akan bisa bertahan dengan jangka panjang. Sehingga pada saat itu mbak Nailatul Khaeroti menunggu sekitar 2 bulan kurang lebihnya untuk memastikan produk yang dipasarkan dapat diterima oleh semua kalangan baik itu remaja hingga orang tua, sehingga berkeputusan untuk dapat melanjutkan mengembangkannya.

Berawal dari bulan mei 2018, mbak Nailatul Khaeroti melakukan pekerjaannya sebagai wirausaha dengan produknya sendiri semua kegiatan dari menjadi cs admin, packing produk hingga pembelian bahan dilakukan oleh mbak Nailatul Khaeroti dengan dibantu rekan kerjanya fokus kepada marketing. Setelah berjalan hampir 3 bulan, beliau mulailah kualahan untuk

mengerjakan tugasnya menghadapi permintaan yang semakin hari semakin menjulang drastis. Sehingga beliau memutuskan untuk menerima karyawan. Namun pada saat itu masih sebatas pekerja part time dan hanya 1 orang saja untuk membantu beliau. Hingga pada akhir tahun tepatnya bulan desember 2018 Naisha Hijrah merekrut karyawan untuk membantu keberlangsungan Naisha Hijrah agar lebih berkembang, sampai seperti saat ini dengan memiliki jumlah karyawan 18 orang dari 16 orang perempuan dan 2 orang laki-laki.

Untuk produk pertama kali yang diluncurkan oleh Naisha Hijrah yaitu khimar yang bermodel pet dan terdapat serut pada kanan dan kiri khimarnya. Setelah berjalan beberapa bulan muncullah produk gamis dengan design yang digunakan yaitu didapat dari mbak Nailatul Khaeroti selaku owner Naisha sendiri. Hingga sampai saat inilah Naisha mampu berkembang dengan memunculkan beberapa model-model gamis dan khimar dengan kurang lebih 21 model produk gamis dan 14 model produk khimar yang sangat simple namun tetap modern mengikuti trend masa kini tetapi dapat dipakai untuk aktivitas sehari-hari dan juga nyaman. Namun tetap sesuai dengan syari'at yang dianjurkan didalam agama islam.

## 2. Stuktur Organisasi Naisha



### 3. Produk Busana Muslim Naisha Yogyakarta

Busana Muslim Naisha merupakan sebuah usaha yang bergerak pada bidang perdagangan busana muslim salah satu di Yogyakarta, dalam usananya Naisha menjual atau memasarkan berbagai macam busana muslim untuk perempuan remaja maupun dewasa dan anak kecil. Produk yang dipasarkan oleh Naisha sendiri diperoleh dari hasil produksi sendiri oleh tim Naisha, harga yang diberikan relatif standar dibandingkan dengan produk lainnya. Berikut ini daftar model produk yang dipasarkan oleh Naisha Hijrah Yogyakarta:

Model Produk Naisha

No	Gamis	Khimar
1.	Gamis Naisha Hijrah	Khimar Naisya Serut
2.	Gamis Set Hulya Dress	Khimar Daily Azima
3.	Gamis Set Hafsha	Khimar Qonita
4.	Gamis Naila Dress	Khimar Annisa
5.	Gamis Almira Dress	Khimar Khansa
6.	Gamis Alia dress	Khimar Square
7.	Gamis Madinah Dress	Khimar Haira
8.	Gamis Callista Dress	Khimar Zaskia
9.	Gamis Zahira Dress	Khimar Misha
10.	Gamis Athaya Dress	Khimar Azmaira
11.	Gamis Ar-Rayya	Khimar Pashmina
12.	Gamis Set Hulya	Khimar Najmi
13.	Gamis Kaleela Dress	Khimar Signature Scarf
14.	Gamis Tsaniya Dress	Khimar Haula
15.	Gamis Kaya Dress	
16.	Gamis Dirara Dress	
17.	Gamis Fadiya Dress	
18.	Gamis Set Yasmin	
19.	Gamis Rayya Dress	

20.	Gamis Biya Dress	
21.	Gamis Marwah Dress	

## B. Hasil Penelitian Strategi E-Marketing Di Naisha

Penelitian di lapangan berupa wawancara kepada pihak Naisha dan para konsumen Naisha yang dilakukan pada bulan Oktober 2019, jumlah informasi yang dikumpulkan yaitu 6 orang yang diambil dari 1 orang Owner Naisha, 1 orang tim produksi Naisha, 1 orang tim marketing Naisha, dan 3 konsumen Naisha.

Profil Informa Naisha yaitu:

No	Nama	Usia	Asal	Posis/status
1.	Nailatul Khaeroti	23 Tahun	Tegal	Owner
2.	Rizka Almira Amalia	22 Tahun	Kalimantan	Tim Marketing
3.	Farah Almira Amalia	24 Tahun	Tegal	Tim Produk
4.	Suviatun	19 Tahun	Palembang	Konsumen
5.	Oky Della Octaviana	20 Tahun	Padi	Konsumen
6.	Lia Juliska	23 Tahun	Banten	Konsumen

Dalam melakukan wawancara kepada Tim Naisaha dan konsemen Naisha dilakukan dengan menggunakan dua metedo yaitu *pertama*, untuk wawancara kepada owner dan tim Naisha dilakukan dengan wawancara secara langsung/tatap muka. *Kedua*, untuk konsumen Naisha wawancara tidak bisa dilakukan secara langsung sehingga menggunakan via telvon, dikarenakan jarak antara si peneliti dan konsumen cukup jauh sehingga wawancara dilakukan dengan via telvon.

### 1. Analisis Strategi E-Marketing Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam menjalankan sebuah bisnis terdapat sebuah usaha yang harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dan percaya diri atas apa yang sedang dijalani untuk menuju kesuksesan atas usahanya. Dalam berbisnis tidak lepas dari keberhasilan dan kegagalan baik terdapat keuntungan maupun kerugian

dalam mengembangkan usaha semua itu pasti akan terjadi karena itu telah menjadi resiko dan konsekuensi bagi para seseorang yang terjun kedalam dunia bisnis. Kegagalan dan keberhasilan memang sudah menjadi tantangan tersendiri bagi ruang lingkup para pembisnis, lika-liku datangnya berbagai resiko akan silih berganti tanpa kita sadari, namun semua itu akan berganti dengan keberhasilan apabila diperbaiki dengan teliti apa yang menjadikan kegagalan tersebut dan mampu bertahan untuk menuju keberhasilan yang memang ingin dicapai.

Di Naisha sendiri memberikan sebuah produk-produk lokal dengan kualitas yang terbaik serta harga yang dapat dijangkau oleh semua pihak, baik dari kalangan bawah, menengah hingga atas, produk-produk yang dipasarkan Naisha yaitu produk pakaian muslim seperti gamis dan khimar serta koko dan pakaian untuk anak-anak. Dalam menghadapi persaingan yang semakin hari semakin tinggi, Naisha sendiri telah menerapkan strategi bisnis yang dapat membuat produ-produk yang dipasarkan oleh Naisha tetap diminati dan tetap eksis oleh semua kalangan masyarakat yaitu dengan menggunakan strategi E-Marketing dengan menggunakan 7p. E-Marketing atau marketing mix ini adalah sebuah strategi yang digunakan perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan agar terciptanya keberhasilan, dalam E-Marketing ini menggunakan 7 unsur penting atau disebut 7p yaitu product, promotion, price, place, process, dan physical evidence yang didalamnya akan menentukan sebuah tingkat keberhasilan pemasaran untuk dapat memperoleh respon yang diinginkan dari sasaran yang diinginkan.

Naisha dalam memasarkan produknya selain menggunakan strategi e-marketing dengan 7p juga menggunakan perspektif etika bisnis islam yang dijadikan sebagai pedoman berbisnisnya. Memiliki reseller yang dimana dapat meningkatkan perkembangan bisnisnya, reseller disini juga dapat membantu serta meningkatkan produk Naisha lebih dikenal oleh masyarakat dan pelanggan dari manapun dimana reseller dapat dijadikan perantara antara produsen dengan konsumen.

### **a. Product**

Strategi produk merupakan salah satu komponen yang memiliki peran penting bagi sebuah marketing, produk tersebut dapat berupa barang ataupun jasa yang dapat ditawarkan dan dipasarkan untuk para pembeli. Dengan adanya sebuah produk yang siap untuk dipasarkan maka akan membuat para konsumen dapat lebih mengenali perusahaan melalui produk yang telah ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara dari pihak Naisha produk-produk yang ditawarkan adalah produk busana muslim yaitu gamis dan khimar yang saat ini tengah mendapatkan banyak permintaan dari konsumen baik dari kalangan remaja hingga orang dewasa seperti yang dinyatakan oleh mbak Nailatul Khaeroti selaku Tim Produksi Naisha sebagai berikut:

*“Produk yang diberikan oleh Naisha dapat dibilang dari segi kualitasnya memiliki kualitas yang nyaman untuk dipakai, dan dari segi modelnyapun memiliki model yang sangat simple namun tetap masa kini yang dapat digunakan untuk aktifitas sehari-hari baik untuk kegiatan formal maupun non formal, itu adalah keunggulan dari produk Naisha”.*

Meciptakan sebuah produk tidaklah mudah untuk dapat diterima oleh semua kalangan, memberikan kepuasan bagi konsumen adalah tugas seorang produsen untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya.

Produk yang dipasarkan oleh Naisha ada 2 produk yaitu produk gamis dan produk khimar. Kurang lebih jumlah model gamis terdapat 21 model dan khimar 14 model, kualitas bahan yang digunakan untuk membuat produk Naisha yaitu dengan kualitas kain yang lembut, tidak terawang dan mudah diserap keringat sehingga nyaman untuk di pakai, pemilihan kain benar-bena dilakukan oleh tim produksi sehingga agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus dan memenuhi syarat pemasaran.

Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengapati produk yang telah dipasarkan oleh Naisha, terbukti produk gamis dan khimar Naisha memiliki model yang sangat simpel namun tetap menarik, tidak terlalu memakai banyak kombinasi ataupun memakai kain bermotif dan warna yang mencolok, karena dari awal memang diutamakan untuk memakai kain yang hanya polos saja, dari segi kualitas produk gamis untuk kain dan jahitannya memang benar-benar bagus nyaman untuk dipakai namun untuk produk khimar dari segi kualitas kainnya terdapat beberapa perbedaan kain antara yang digunakan untuk pembuatan produk gamis dan khimar, sehingga kemungkinan besar terdapat perbedaan kualitas dan mungkin akan ada perbedaan pendapat diantara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Dari segi modelnya bagus dan menyesuaikan tren masa kini sehingga produk Naisha dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari baik untuk dirumah maupun digunakan untuk keacara resmi. Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut Mbak Suviatun *“kualitas produk naisa bagus, tidak menerawang, lembut dan dingin jika dipakai”* sedangkan Mbak Oky Della Octaviana memiliki pendapat yang sedikit memiliki perbedaan pendapat bahwa *“kualitas produknya lumayan, dari segi bahan gamisnya nyaman dan untuk kainnya jatuh kalau dipakai. Namun mungkin kalau dari khimarnya kualitas bahannya kurang nyaman untuk dipakai”*. Terdapat perbedaan pendapat mengenai kualitas kain sangatlah wajar karena semua memiliki standak kepuasan masing-masing, dimana seorang konsumen memiliki kebutuhan yang beda-beda sehingga memang sangat perlu seorang produsen memberikan kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan bagi setiap konsumennya.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin product yaitu pada prinsip tanggu jawab, Seperti halnya dalam sebuah bisnis harus didasari dengan

tanggung jawab, seorang konsumen mempercayai kepada produk yang dibeli maka seorang produsen juga harus memberikan yang terbaik agar tidak terjadi perselisihan ataupun kerugian antara keduanya.

Naisha menerapkan nilai tanggung jawab pada bisnisnya, hal tersebut dapat diketahui dari adanya sebagai berikut:

1. Naisha memberikan informasi mulai dari harga, warna, ukuran, motif, hingga kualitas yang dipasarkan sesuai dengan kondisi produk.
2. Produk yang dipasarkan Naisha benar-benar produk yang dihasilkan dari tim Naisha sendiri tidak dari produsen lain.
3. Naisha memberikan garansi pada produk Naisha apabila terdapat cacat pada produk yang dikirimkan, maka Naisha memberikan pelayanan ganti/retrun barang untuk diganti dengan produk baru dengan ketentuan memberikan bukti disaat barang tersebut baru sampai dan masa return dilakukan 2x24 jam pemberian informasi.

#### ***b. Promotion***

promosi merupakan sebuah upaya untuk memasarkan produk dan memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan kepada para konsumen atau para calon konsumen. Memberikan sebuah informasi terhadap produk yang dipasarkan bisa dilakukan secara verbal maupun dengan cara lain seperti menggunakan media social ataupun baliho. Promosi dapat dijadikan bentuk komunikasi antar konsumen dengan produsen untuk memberikan memperluas informasi mengenai produk kepada para konsumen agar dapat membelinya.

Dari hasil wawancara dengan Tim Marketing Naisha mengatakan bahwa:

*“Strategi promosi yang dilakukan oleh Naisha yaitu dengan cara menggunakan promosi melalui media social diantaranya, instagram, wa ads, dan via sponsor. Naisha memang untuk*



*pemasarannya lebih fokus secara online dibandingkan dengan offline namun tetap menerima orderan untuk para konsumen yang ingin datang langsung ke kantor Naisha, dan untuk media social yang sangat dapat meningkatkan penjualan yaitu melalui wa ads karena dalam wa ads dapat menyebarkan link mengenai katalog naisha hingga media sosial apa saja yang digunakan oleh Naisha”.*

Dalam mempromosikan produk Naisha terdapat beberapa tipe promosi E-marketing yang dilakukan oleh tim Naisha yaitu diantaranya sebagai contoh:

### **1. Promosi Melalui Media Social**

- a) Untuk mengikuti GIVE AWAY produk Naisha harus mengikuti syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Naisha.

Contoh:

“FREE 1 Dinara Dress”

Cara-caranya yaitu:

1. Beri komentar pilihan warna Dinara Dress yang kamu mau.
2. Beri pendapat kamu mengenai Dinara Dress dan kenapa kamu mau mendapatkannya?
3. Mention 3 orang teman kamu dan ajak mereka untuk ikutan.
4. Spam like dan komen juga boleh loh agar kita mudah notice kamu sudah ikutan.
5. Akan menjadi nilai/pertimbangan tambahn jika kamu post via Instagram Stories Dinara Dress yang kamu mau dan tag @naishahijrah @naisha.katalog

- b) Untuk mengikuti PROMO produk Naisha harus mengikuti syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Naisha.

Contoh:

PROMO Februari GET DISKOUNT 10%,

**KHIMAR SQUARE \_BELI 1 55.000 “BELI 5 GRATIS  
1+ BONUS CIPUT RAJUT”.**

Cara-caranya yaitu:

cukup tag foto ke akun @naishahijrah & @naisha.katalog. tag dapat berupa instagram stories maupun feed.

- c) Untuk mengikuti GRATIS ONGKIR produk Naisha harus mengikuti syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Naisha.

Contoh:

“GRATIS ONGKIR KE SELURUH INDONESIA”

Cara-caranya yaitu:

Belanja lebih murah dengan gratis GRATIS ONGKIR maksimal 20.000/kg dengan minimal pembelian 1 set produk Naisha.

## **2. Menjadi Sponsor Dalam Sebuah Event**

### ALUR SPONSORSHIP

Cara-caranya yaitu:

1. START yaitu awali dengan Bismillah sebelum mengajukan proposal.
2. TEMA ACARA yaitu pastikan acara kamu memiliki kriteria acara sebagai berikut:
  - a. Acara bertemakan kegiatan social, keislaman, parenting ataupun yang bernuansa muslimah.
  - b. Lokasi acara wilayah DIY.
3. KIRIM PROPOSAL yaitu kirim proposal sponsorship ke [naishahijrahofficial@gmail.com](mailto:naishahijrahofficial@gmail.com) dengan subjek ‘Proposal Sponsorship’.
4. FOLLOW UP yaitu setelah proposal dikirimkan, jangan lupa follow up ya ke bagian Marketing Communication kita 0812-5454-8565 (Rizka).

5. FINISH yaitu tim Naisha akan memberikan konfirmasi. Sembari menunggu keputusan, jangan lupa berdo'a.

### **3. Memberikan Produk Secara Gratis**

#### **PRODUK Gratis DARI NAISHA**

Cara-caranya yaitu:

1. Follow @naishahijrah & @naisha.katalog
2. Tag 4 teman kamu
3. Like postingan ini
4. Spam comment & like di postingan akun @naishahijrah

### **4. Pemakaian Iklan Di WA**

“Untuk promosi lewat akun WA dilakukan dengan membagikan link promosi Naisha kepada kontak WA, dengan aplikasi WA ADS”.

Promosi sangatlah penting bagi para wirausahawan untuk dapat mengenalkan produknya bagi seluruh masyarakat, semakin hari dunia digital semakin canggih sehingga promosi dapat dilakukan dengan cara online, karena dapat mempermudah perluasan informasi hingga mempermudah transaksi, sehingga promosi sangat penting digunakan untuk para pembisnis.

Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengapati promosi pada produk Naisha. Promosi yang dilakukan oleh Naisha untuk dapat menarik para pelanggan sangatlah bagus dan menarik, menggunakan berbagai jenis dan cara promosi tidak hanya menggunakan dengan satu model saja namun menggunakan beberapa model diantaranya melakukan give away, promo diskon, memberikan sponsor untuk secuah acar, menyebarkan link via wa, hingga memberikan produk Naisha secara gratis dan selain itu cara untuk mengikutinyapun dapat dikatakan unik karena harus mengikuti beberapa persyaratan yang telah di tentukan oleh pihak Naisha.

Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut menurut Mbak Suviatun asal dari Palembang. *“Promosi yang dilakukan oleh Naisha sangat menarik sehingga dapat menarik minat para konsumennya untuk membelinya, produk-produk Naisha diketahuinya dari instagram dan shopee untuk informasi produk yang ditawarkan jelas dan sesuai dengan kondisi produknya”*. Begitupun dengan penjelasan dari mbak Liya Juliska asal dari Serang Banten. *“ Untuk promosi yang dilakukan oleh pihak Naisa bagus tidak teralu monoton sehingga lumayan menarik untuk menarik pelanggan, dari segi penyampaian informasi detail dan jelas untuk dapat dipahami”*.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin promotion yaitu pada prinsip tanggung jawab dimana dalam melakukan promosi sebagai pihak pemasaran dilarang untuk membohongi dan menyembunyikan sebuah keterangan kepada para konsumennya terhadap menyampaikan sebuah informasi dengan memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang. Promosi harus dilakukan dengan jelas, detail, sesuai dengan apa yang menjadi ketentuan promosi.

a. **Price**

Harga adalah sebuah nilai untuk menentukan penilaian terhadap suatu barang. Strategi penentuan harga dalam menentukan keputusan baik untuk diskon ataupun harga tetap harus sangat disesuaikan dengan kondisi barang atau nilai barang tersebut. Harga jual merupakan komponen penting bagi sebuah marketing karna dapat menghasilkan pendapatan penjualan. Untuk dapat menentukan harga dalam suatu produk harus melalui beberapa tahapan yang harus dilakukan diantaranya yaitu:

- a) Menentukan berapa pendapatan yang ingin dicapai untuk model produk tersebut.
- b) Menentukan kepada siapa produk akan dipasarkan.

- c) Mempertimbangkan kemampuan para konsumen.
- d) Mempertimbangkan biaya, harga, dan persaingan dengan kompetitor lain.
- e) Memilih metode penentuan untuk harga jual produk.
- f) Menentukan harga jual produk.

Dari hasil wawancara dengan owner Naisha yaitu “*Harga yang ditawarkan untuk produk Naisha yaitu untuk harga gamis kisaran dari harga 195.000 – 250.000, gamis 1 set dengan khimar dari harga 300.000 – 350.000 dan untuk harga khimar kisaran dari harga 45.000 – 149.000*”.

Harga menentukan jumlah pembelian produk yang akan dibeli, karena harga salah satu ketentuan bagi sebagian konsumen untuk order dengan jumlah kecil ataupun besar.

Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengamati price (harga) pada produk Naisha, harga yang ditawarkan untuk sebuah produk gamis dengan kisaran harga dari 195.000 – 200.000 dengan menggunakan ukuran All size dan menggunakan kualitas bahan yang bagus dan nyaman tentunya mudah menyerap keringat sangatlah terjangkau, harga yang diberikan standar sama dengan kompetitor lain. Dan untuk produk khimar dengan harga kisaran dari 45.000 – 145.000 juga dapat dibidang cukup standar karena dengan desain khimar yang menarik, pemilihan bahan serta warnalah yang dapat membuat harga tidak menjadi tolak ukur mahal atau tidaknya. Selain itu untuk produk 1 set antara gamis dan khimar dengan harga 300.000 – 350.000 yang ditawarkan oleh Naisha itu merupakan harga paket yang dapat dikatakan terdapat bonus atau potongan harga didalamnya karena jika membeli santunan pasti juga akan lebih mahal harganya.

Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut Mbak Suviatun asal Palembang. “*Harga yang ditawarkan oleh Naisha cukup terjangkau*”

*dan sesuai dengan kualitas produk yang telah ditawarkan*". Dapat diketahui bahwa disetiap penentuan harga terdapat beberapa perselisihan antara terjangkau ataupun kurang terjangkau. Memang semua ditentukan dengan penghasilan disetiap konsumen. Terdapat kualitas yang bagus maka akan ada nilai tinggi pada setiap ketentuannya. Kualitaslah yang akan menentukan harga hingga kepuasan bagi para konsumen. *"Dari segi harga produk Naisha dapat dibilang lumayan mahal walaupun mungkin sudah cukup setandar tapi apabila dapat dikurangin mungkin lebih baik dikurangin lagi"* tutur mbak Lia Juliska asal Serang, Banten.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin price yaitu pada prinsip tanggung jawab, dimana sebuah harga ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Terciptanya sebuah harga dapat diketahui dari produk yang ditawarkan, harga harus sesuai dengan kualitas barang, begitupun dengan sebaliknya. Harga yang diberikan harus setandar dengan harga yang berada pada ruang lingkup tersebut, tidak diperbolehkan untuk melebihi terlalu tinggi ataupun menurunkan harga terlalu rendah, karena hal tersebut dapat merusak harga pasar yang telah di sepakati antara beberapa produsen. Menentukan harga antara konsumen dan pembeli harus dapat disepakati antara kedua belah pihak agar tidak menimbulkan perselisihan.

Dalam firman Allah pada surat An-Nisa' ayat 29

Artinya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

بِجَارَةٍ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu 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”.

Dalam menentukan harga penjualan janganlah kamu menerima kerugian karna sebelum menentukan harga diharap untuk menghitung seluruh biaya produksi dan keuntungan.

*d. Place*

Saluran pemasaran yaitu merupakan dimana terdapat suatu organisasi yang terlibat pada proses pemasaran untuk membuat jasa atau produk yang dihasilkan perusahaan dapat tersedia untuk para penggunanya. Pemasaran dilakukan dengan secara langsung ataupun tidak, sama halnya dengan dapat dipasarkan secara online maupun offline. Pemasaran langsung yang dimiliki oleh Naisha yaitu dapat dilakukan di kantor Naisha, namun Naisha lebih memfokuskan pada pemasaran online yaitu dengan menggunakan e-marketing melalui akun yang dimiliki oleh Naisha hingga web yang telah disediakan untuk dapat memudahkan bergabung dengan Naisha Hijrah.

Untuk pendistribusikan produk busana muslim Naisha melalui media online diantaranya:

1. Instagram (IG)
2. WA ADS
3. Shopee
4. Tokopedia
5. Lazada
6. Facebook (FB)
7. Youtube
8. Web

Mendistribusikan secara online adalah sebuah kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menyalurkan barang atau produk yang dihasilkan dari produsen kepada konsumen dengan menggunakan media online atau transaksi secara online melalui media social.

Tujuan distribusi secara online yaitu:

1. Membantu menyalurkan produk yang dihasilkan produsen ke pada konsumen.
2. Mempermudahkan para konsumen untuk mendapat produk sesuai dengan kebutuhan secara lebih cepat.
3. Membantu produsen untuk memasarkan produknya lebih luas.
4. Membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Naisha belum memiliki cabang namun Naisha sudah memiliki reseller yang kurang lebih mencapai 500 orang, dan media social yang digunakan Naisha untuk memasarkan produk-produk Naisha pun tidak sedikit namun namun juga terdapat beberapa media social yang digunakan untuk meningkatkan permintaan produk Naisha. Permintaan dapat meningkat dikarenakan dalam sebuah promosi terdapat tempat yang nyaman untuk dijadikan transaksi yaitu salah satunya apabila promosi dilakukan secara offline maka tempat atau galelry sebuah produk harus dapat menarik dan menimbulkan kenyamanan para konsumen. Namun apabila promosi dilakukan secara online dengan menggunakan media social diantaranya:

1. Instagram (IG)

Dalam media instagram Naisha memiliki 2(akun) yaitu @naishahijrah digunakan untuk berdakwah seacara online serta digunakan untuk melakukan promosi pada saat Naisha memiliki model produk baru dan @naisha.katalog digunakan untuk melakukan promosi dengan mengapload setiap produk Naisha hingga dilakukannya transaksi jual beli. Dengan dilakukannya beberapa model promosi untuk meningkatkan minat konsumen tim Naisha memberikan kualitas gambar hasil proruk Naisha terlihat menarik dan bagus, untuk lebih memberikan kenyamanan tim Naisha juga memberikan sebuah



kuis yang menarik yang dapat membuat susunan menjadi seru dan yaman.

## 2. WA ADS

Dalam Waads yang dilakukan oleh Naisha memberikan sebuah pelayanan yang digunakan untuk pengiriman informasi mengenai produk Naisha dengan mengirmkan link sehingga dapat mempermudah para konsumen mengetahui medeia social apa saja yang digunakan oleh Naisha dalam pemasarannya. Selain itu WAads digunakan untuk memberikan pelayanan transaksi mengenai orderan yang ingin di pesan hingga menanyakan informasi mengenai produk yang dipasarkan.

## 3. Shopee

Shopee digunakan untuk pemasaran produk-produk Naisha untuk seluruh kalangan, konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara online dan dapat menghemat waktu dalam bertransaksinya dan dalam shopee dapat digunakan untuk pembelian dan pembayaran serta pengiriman barang.

## 4. Tokopedia

Tokopedia digunakan untuk pemasaran produk-produk Naisha untuk seluruh kalangan, konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara online dan dapat menghemat waktu dalam bertransaksinya dan dalam shopee dapat digunakan untuk pembelian dan pembayaran serta pengiriman barang.

## 5. Lazada

Lazada digunakan untuk pemasaran produk-produk Naisha untuk seluruh kalangan, konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara online dan dapat menghemat waktu dalam bertransaksinya dan dalam shopee dapat digunakan untuk pembelian dan pembayaran serta pengiriman barang.

#### 6. Facebook (FB)

Facebook digunakan untuk aktifitas kegiatan pemasaran produk Naisha dan dilakukan untuk bertransaksi secara langsung pada konsumen di media social terhadap produk yang dipasarkan.

#### 7. Youtube

Naisha memiliki pemasaran berbeda dengan yang lainnya, naisha memiliki channel youtube yaitu Naisha Hijrah dimana didalam channel tersebut berisikan vidio-vidio inspirasi islami serta tutorial pemakai jilbab hingga promosi produk-produk Naisha. Dalam channel tersebut tersedia kolom komentar untuk memberikan kritikan atau sekedar bertanya tentang produk Naisha.

#### 8. Web

Web yang dimiliki oleh Naisha yaitu berisi produk-produk Naisha yang tersusun rapi hingga memiliki desain web yang cukup menarik sehingga membuat para konsumen berminat untuk mengunjungi web yang dimiliki oleh Naisha. Dalam web tersebut tidak hanya digunakan untuk pemasaran saja namaun juga dapat digunakan sebagai tempat order ataupun mendaftar untuk bergabung menjadi reseller resmi Naisha.

Dari hasil wawancara dengan Tim Marketing Naisha yaitu:

*“Naisha lebih fokus pada pemasaran menggunakan media social diantaranya menggunakan instagram yang terdapat dua akun yaitu @naisha.katalog dan @naishahijrah yang digunakan untuk salah satunya berdahwah, selain instagram juga menggunakan wa ads, tokopedia, lazada, shopee, fb, youtube, dan web”.*

Memilih sebuah tempat pemasaran sangatlah penting bagi para pembisnis, karena hal itu benar-benar mempengaruhi jumlah permintaan terhadap produk yang di pasarkan. Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengamati mengenai place (tempat)

pendistribusian, dengan menggunakan berbagai media social yang digunakan Naisha mampu lebih memperluas sayap pemasarannya. Dengan adanya media social tersebut E-Marketing sangat membantu atas keberlangsungan peningkatan permintaan produk Naisha oleh para konsumen. dengan menggunakan berbagai cara agar dapat menarik pelanggan, Naisha menyediakan kemudahan dalam bertransaksi hingga memberikan sebuah kenyamanan bagi para konsumen. menggunakan berbagai jenis media social dapat mempermudah para konsumen untuk memilih media apa yang dapat digunakannya sehingga dapat dikatakan bahwa Naisha telah memberikan pelayanan yang baik untuk para konsumennya.

Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut mbak Suviatun asal dari Palembang. *“Dalam proses pembelian produk Naisha saat itu menggunakan via shopee, untuk pembeliaannya baru satu kali order di Naisha. Memilih untuk membeli secara online karena jarak yang dijangkau dari tempat tinggalnya sangat jauh sehingga memilih untuk bertransaksi secara online”*. Dan menurut mbak Oky Della Oktaviana asal dari Padi, Semarang, Jawa Tengah. *“Pembelian untuk sebuah produk ditentukan dengan kondisi atau sikon untuk memungkinkan lebih bertransaksi secara online ataupun offline, dan untuk pembelian produk naisha baru satu kali order produk naisha yaitu dengan transaksinya menggunakan via online yaitu WA karena bertransaksi secara online dapat mempermudah dan menghemat waktu”*.

Sehingga dapat diketahui bahwasannya konsumen lebih memilih bertransaksi secara online karena lebih mudah dan menghemat waktu, sehingga dapat beraktifitas untuk yang lainnya. Dengan media social yang sering digunakan untuk pemesanan produk lebih ke shopee namun untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dan detail lebih memilih informasi menggunakan WA.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin place yaitu pada prinsip kehendak bebas, dimana tempat untuk menyalurkan pendistribusian tidak dipermasalahkan, hanya saja dari aspek produk yang dipasarkan harus sesuai dengan aturan yang telah ditentukan, tidak dapat merugikan orang lain, produk yang dipasarkan halal tidak ada unsur yang dapat menimbulkan sikap negatif bagi penggunaannya. Tempat dapat memberikan peluang besar untuk datangnya sebuah konsumen, namun hal tersebut tergantung dengan tempat yang digunakan apa sesuai dengan keadaan para konsumennya atau tidak. Mempermudahkan para konsumen untuk dapat bertransaksi adalah nilai plus bagi produsen, karena seorang konsumen akan lebih memilih cara untuk lebih mudah mendapatkannya sehingga segala sesuatu jika diniatkan karena Allah dan selalu mengikuti jalan Allah, InsyaAllah akan diberi kemudahan untuk mendapatkan keinginan yang diinginkan.

**e. People**

Variabel people merupakan variabel penggerak untuk jalannya sebuah kegiatan pemasaran, sumber daya manusia memiliki peran penting untuk menciptakan produk hingga penyaluran produk kepada para konsumennya. People dalam sebuah organisasi yaitu orang-orang yang disebut dengan karyawan yang memberikan pelayanan bagi konsumen dalam membangun loyalitas. Dari hasil wawancara dengan owner Naisha yaitu: *“ Untuk membangun loyalitas yang baik untuk para konsumen tim Naisha memberikan job description untuk beberapa karyawan yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen dimedia social, sehingga terdapat beberapa karyawan yang fokus kepada marketing, pelayanan konsumen hingga pengirimannya barang. Naisha saat ini sudah memiliki 18 karyawan dimana 16 orang perempuan dan 2 orang laki-laki”*.

Pelayanan yang baik menimbulkan sikap positif sehingga dapat menimbulkan nilai jual tersendiri yang dapat digemari oleh para

konsumen.people dalam E-Marketing bertujuan untuk melayani aktifitas konsumen secara online dengan waktu yang telah ditentukan dari perusahaan. Dalam menjalankan Instagram, Wa, Shopee, Tokopedia, Lazada, Fb, Youtube dan Web, sehingga semua memiliki kategori pengelolaan yang dijalan oleh seseorang disetiap akunnya. Berikut ini PEOPLE (orang) yang mejalankan disetiap akun, diantaranya:

1. Admin Media Social, yaitu Dinik Nuraini sebagai admin yang bertugas pada akun Shopee, Tokopedia, Lazada, Fb, dan Instagram Bertugas sebagai melayani para konsumen yang bertanya melalui inbox atau dm untuk membutuhkan informasi mengenai produk Naisha dan membantu kelancaran untuk mertransaksi atau melakukan order via akun tersebut.
2. Admin Reseller, yaitu Chusnul Retnowati sebagai admin yang khusus untuk melayani para reseller resmi Naisha mengenai pembelian produk dan stok produk Naisha.
3. CS Staff, yaitu Cindi Gesi dan Eta Rochmi merupakan admin WA yang bertugas melayani konsumen yang secara langsung menghubungi mereka lewat link yang diberikan di Instagram, sehingga dapat secara langsung menanyakan informasi baik mengenai produk, ongkir, hingga transaksi pembayaran.
4. Tim Marketing, yaitu Rizka Almira Amalia merupakan sebagai ketua pemasaran yang bertugas sebagai pemasaran produk Naisha dengan melakukan unggahan foto produk-produk Naisha pada setiap media social.

Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengamati mengenai people atau sumber daya manusia di Naisha yaitu dengan diawali sambutan yang baik dan ramah yang diberikan oleh admin staff pada saat permintaan informasi mengenai produk Naisha hingga akhirnya datang secara langsung di kantor Naisha tempatnya di

KotaGede Yogyakarta dengan disambut oleh tim Naisha penuh dengan keramahan dan mengenai informasi yang dibutuhkan diberikan dengan jelas, detail dan mudah untuk dimengerti.

Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut mbak Suviatun, mbak oky dan mbak Lia mengatakan *“Pelayanan yang diberikan Naisha kepada konsumennya sangat baik, ramah, sopan dan humble sehingga tidak membuat konsumen kesal, apabila di dm via instragram respon yang diberikan sangat cepat untuk pelayanannya yang diberikan oleh pihak Naisha sangat puas”* tuturnya.

Dari informasi yang didapat dari ketiga konsumen Naisha mengenai variabel people dengan sikap yang ramah dan cepat untuk memberikan informasi yang di butuhkan oleh para konsumen memberikan penilaian yang bagus dan dengan pelayanan yang diberikan oleh naisha kepada konsumen memberikan kepuasan tersendiri.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin people yaitu pada prinsip kebajajikan, yaitu mengajarkan untuk melaksanakan sebuah perbuatan baik yang dapat menimbulkan manfaat bagi orang lain. Naisha berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen dalam menjalankan bisnisnya. Naisha menanamkan beberapa perilaku yang dapat mensupport keberlangsungan bisnis Naisha yaitu:

1. Kemurahan hati untuk sabar menghadapi sifat konsumen yang berbeda-beda dalam bertransaksi, tetap memberikan kenyamanan, sopan dan santun yang diberikan untuk para konsumen Naisha.
2. Motif pelayanan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, tim Naisha memberikan sikap ramah dan menyesuaikan keinginan pelanggan, memberikan pelayan

informasi yang jelas dan memberikan tawaran bantuan untuk melaksanakan pembelian.

3. Menyadari dengan adanya Allah semua aktifitas diketahui sehingga memiliki rasa untuk selalu jujur dan bertanggung jawab dengan apa yang telah dilakukan.

Setiap orang harus saling menghargai sesama manusinya, memiliki perilaku dan tingkah laku yang baik harus diterapkan pada diri kita masing-masing, sebagai sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan, dalam melayani sebuah konsumen harus dilakukan dengan rasa sabar, ikhlas, dan memberikan perilaku sikap yang baik. Tim Naisha memberikan pelayanan dengan baik, menghargai disetiap konsumen dengan memberikan kenyamanan sapaan yang baik itu lah yang dapat memberikan para konsumen terasa nyaman dalam bertransaksi di Naisha. Seperti firman Allah pada surat Al-Baqarah ayat 153:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang benar.

#### *f. Process*

Proses merupakan sebuah elemen paling penting dalam marketing. Memberikan pelayanan hingga kualitas yang terbaik dari proses produksi hingga pemasaran. Tentunya semuanya tetap menjaga prinsip-prinsip syariah untuk pencapaian target yang telah ditentukan, mulai dari proses produksi, pemilihan kualitas bahan hingga jahitan yang rapi dan bagus sehingga memberikan kenyamanan bagi konsumen yang memakainya, dan untuk pemasarannya tetap

mengutamakan kejujuran tanpa ada unsur kebohongan sehingga tidak membuat para konsumen dirugikan.

Hasil wawancara dengan owner Naisha yaitu: *“Memberikan sikap ramah kepada konsumen, memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi produk hingga produk dapat di order dengan media yang digunakan oleh pihak Naisha. Memberikan pelayanan proses order dengan ketentuan informasi yang dibutuhkan sehingga mempermudah pengiriman barang kepada konsumen. menyediakan pengiriman via ekspedisi yang diinginkan oleh pihak konsumen selain itu memberikan garansi bagi produk yang memiliki kecatatan jika tidak sesuai dengan informasi yang telah diberikan”*.

#### **Cara untuk melakukan pembelian produk Naisha secara online**

1. Pilih produk Naisha di instagram @naisha.katalog
2. Hubungi CS Naisha yang tertera di bio instagram
3. Kirim format order
4. Transfer sesuai nominal yang ditentukan
5. Konfirmasi pembayaran
6. Barang dikirim

#### **Syarat untuk menjadi reseller resmi Naisha**

1. Membayar biaya pendaftaran Rp.250.000,- (sekali bayar masa aktif reseller sampai kapanpun).
2. Mengirim format reseller yaitu:
  - Nama :
  - Nama Toko :
  - No Hp :
  - Asal Kota Reseller :
3. Langsung dapat potongan harga sampai Rp.50.000/set
4. Akses katalog produk+bahan promosi berkualitas, bonus penjualan, ilmu marketing gratis.



#### 5. Pembayaran kesalah satu rekening yang telah dicantumkan.

Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengamati mengenai process (proses), tim Naisha mengikuti langkah-langkah yang sudah ditentukan oleh perusahaan untuk bagaimana cara yang baik untuk menghargai konsumen dan membantu kebutuhan konsumen untuk dapat bertransaksi di Naisha, memberikan arahan yang baik serta menerikan pendampingan dalam menjadi reseller resmi Naisha. Dalam proses pengiriman barang memiliki proses yang harus dilakukan mulai dari mengirimkan format order hingga ketentuan menjadi reseller Naisha, diberikan dengan bagik dan semudah mungkin agar konsumen tidak bingung untukk cara mendapatkan produk Naisha.

Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut mbak Suviatun asal dari Palembang. “ *Bertransaksi di Naisha mudah tidak ribet dan tidak dipersulit sehingga pengirimannya juga cepat, untuk pengiriman barangnya saa itu menggunakan ekspedisi J&T*”. Begitupun menurut mbak Oky Della Octaviana asal dari Padi, Semarang, Jawa Tengah. “ Proses bertransaksi di naisha sangat mudah, dengan dibantu admin apa saja informasi yang harus diberikan oleh konsumen untuk mempermudah pengiriman barang yang dipesan, pengiriman barangnya menggunakan ekspedisi JNE.”

Dalam sebuah proses jual beli sangat diperlukan sosok seseorang yang dapat memberikan informasi yang jelas terhadap barang yang dipasarkan, serta memberikan pelayanan terhadap konsumen mengenai persyaratan apa saja yang digunakan untuk pengiriman barang dikarenakan produk Naisha dijual dengan via online, sehingga dalam pengirimannya pun juga harus memiliki informasi yang jelas terhadap alamat atau kode barang yang dibeli. Untuk pengiriman barang Naisha menurut ketiga konsumen lebih

menggunakan ekspedisi JNE yang digunakan untuk pengiriman barang ketempat tujuan.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin process yaitu pada prinsip tanggung jawab dan kehendak bebas dimana setiap para pembisnis, sebuah lembaga atau perusahaan menjalankan prinsip islam dalam proses memproduksi barang ataupun jasa hingga penyaluran barang kepada konsumen harus dilakukan kejujuran jangan sampai terdapat unsur-unsur keharaman didalamnya. Dalam firmannya “ *pedagang dan pembeli keduanya boleh memilih selagi belum berpisah. Apabila keduanya jujur dan terang-terang, maka jual belinya akan diberkahi. Dan apabila keduanya tidak mau berterus terang serta berbohong, maka jual belinya tidak diberkahi*”. (HR.Bukhari dan Muslim)

**g. *Physical Evidence***

Physical evidence atau disebut dengan bukti fisik dimana bukti fisik disini merupakan outpun yang diberikan dari produsen kepada konsumen terhadap alat-alat pendukung pelayanan perusahaan yang disediakan. Memberikan kualitas kenyamanan hingga dapat menentukan minat para konsumen untuk bertransaksi kepada perusahaan yang memiliki situs yang menarik.

Hasil wawancara dari owner Naisha yaitu: “*Naisha mempunyai standar media social yang memang berbeda dengan perusahaan lainnya, memberikan pelayanan untuk bertransaksi produk Naisha selain itu juga menjagak konsumen untuk berdakwah melalui media social, sehingga tidak hanya duniawi saja yang jalankan namun juga mencari rido Allah untuk selalu mengingat kepada sang maha kuasa. Naisha memang tidak menggunakan jasa endorsemen namun Naisha telah memiliki model tersendiri untuk menghasil foto prododuknya, tidak menggunakan aplikasi fit namun semuanya hanya disesuaikan dengan kontak warna produk untuk*

*tetap mendapatkan postingan yang menarik sehingga memberikan minat para konsumen”.*

Dari hasil wawancara dan hasil selama saya mengamati mengenai physical evidence atau disebut dengan bukti fisik sejauh ini terutama pada tampilan media social yang digunakan cukup menarik, memiliki pengaturan yang bagus dalam pemilihan pengunggahan foto produk Naisha, namun mengenai biground yang digunakan akan lebih baiknya lagi menggunakan berbagai variasi tempat untuk pengambilan fotonya, tidak hanya menggunakan satu tempat saja namun lebih memperluas view alam agar lebih terlihat nyata dan membuktikan bawah produknya benar-benar nyaman untuk digunakan dimana saja dan kapanpun.

Demikian juga menurut para konsumen Naisha mengatakan hal yang sama dan terbukti juga bahwa menurut mbak Suviatun asal dari Palembang. *“Untuk tampilan media social naisha sangat mnarik untuk sejauh ini”.* Dan menurut mbak Lia Juliska asal dari Serang Banten. *“Media social Naisha kurang manarik pelanggan karena dari segi bigroun yang digunakan hanyalah polos atau hanya bunga-bunga saja sehingga monoton jika terus seperti itu”* ujarnya.

Sehingga dapat diketahui physical evidence sangat menentukan untuk keberhasilan suatu produk dalam pasar pemasaran, terjadi minat pembeli diakibatkan dari kreatifitas yang diberikan perusahaan untuk tampilan ataupun kreasi dalam pengambilan foto prodak. Hal tersebut dapat meningkatkan ataupun memberikan penurunan minat konsumen sehingga harus benar-benar di dilakukan dengan semaksimal mungkin.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan poin process yaitu pada prinsip kebajikan, dimana memperindah dengan baik dan membuat orang lain senang atau nyaman atas apa yg kita berikan adalah salah satu perilaku yang baik. Dengan memberikan kebahagiaan kepada orang lain juga akan

memberikan nilai positif terhadap diri sendiri dan dalam wirausaha juga dapat menimbulkan adanya rasa keterkaitan atas apa yang telah dilihat atau dipandang dalam media online. Memasarkan produk memang haruslah menggunakan berbagai cara agar dapat membuat para konsumen dapat tertarik kepada perusahaan kita sehingga tingkat pembeliannya pun akan meningkat. Diriwayatkan oleh muslim sebuah hadist yang berbunyi “*Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan Mencintai Keindahannya*”. Sehingga untuk para pengusaha sudah seharusnya memberikan fasilitas fisik kepada para konsumen dengan acuan hadist tersebut, sehingga semua yang dilakukan juga akan selalu menimbulkan kebahagiaan bagi setiap orang.

## **2. Peran Strategi E-Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Naisha**

Dalam sebuah bisnis sangat diperlukan adanya pemasaran produk, dimana pemasaran tersebut berfungsi untuk memperkenalkan produk yang dipasarkan hingga membantu meningkatkan nilai jual produk. Menjalankan sebuah bisnis untuk dapat berkembang harus memiliki sebuah strategi yang dapat meningkatkan penjualan hingga mendatangkan keuntungan. Naisha merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang busana muslim, produk yang dipasarkan yaitu:

1. Gamis
2. Khimar, dan
3. Baju Koko

Dalam pemasarannya Naisha berfokus pada penjualan online, dimana pemasarannya menggunakan, diantaranya:

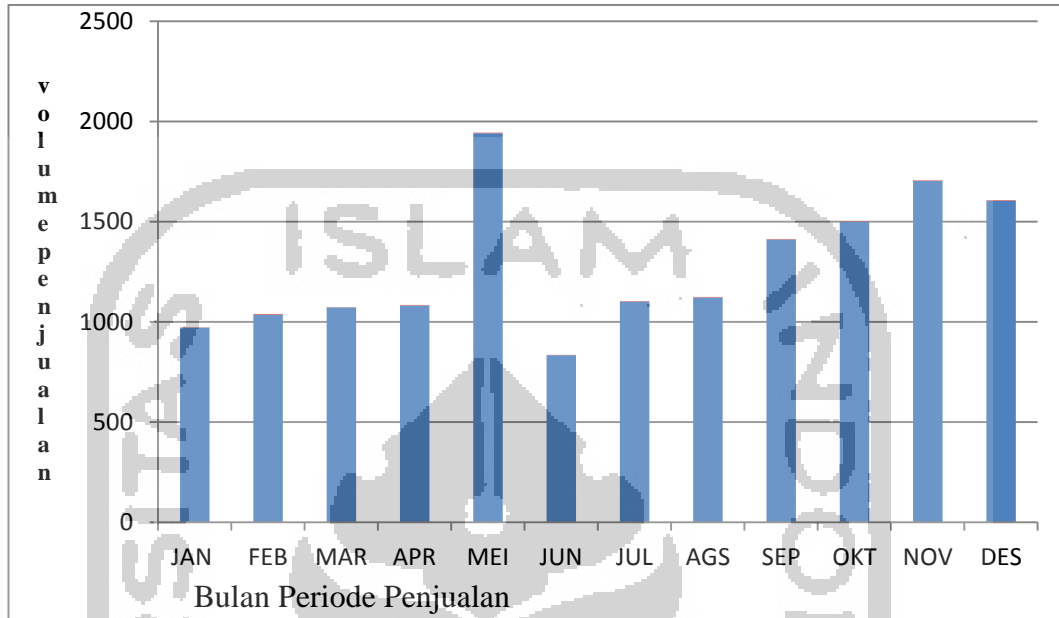
1. WA
2. Instagram
3. Web
4. Shopee
5. Tokopedia

6. Lazada
7. Youtube

Dengan adanya strategi E-Marketing dan Naisha menggunakan strategi tersebut, peran strategi emarketing sangatlah memiliki perkembangan dimana produk yang dipasarkan memiliki nilai jual yang bagus, serta permintaan produk Naisha memiliki peningkatan. Dapat diketahui peningkatan yang terjadi pada Naisha yaitu:

1. Produk yang dihasilkan memiliki jumlah yang lebih besar dibandingkan awal berdiri.
2. Meningkatnya penjualan produk Naisha hingga omset yang diapat mengalami kenaikan.
3. Model dan kualitas produk Naisha yang diciptakan lebih berkualitas.
4. Media promosi yang digunakan lebih banyak dibandingkan awal Naisha berdiri, dari hanya via WA dan Instagram sekarang sudah berkembang menggunakan Shopee, Lazada, Tokopedia, Web dan Youtube.
5. Berawal tidak memiliki reseller hingga sekarang memiliki hampir kurang lebih 500 reseller.

Grafik penjualan produk naisha tahun 2019



Hasil dari penerapan strategi E-marketing pada produk Naisha memiliki pengaruh yang sangat menimbulkan peningkatan penjualan. Dengan menggunakan strategi E-Marketing penjualan produk Naisha memiliki peningkatan setiap bulannya, banyak konsumen yang tertarik pada produk Naisha hingga banyak yang mendaftar untuk menjadi reseller Naisha. Memiliki peningkatan penjualan hingga mendapatkan keuntungan, semua itu melewati proses dan kerja keras yang sangat tinggi, kekreatifitasan sangat dijadikan tolak ukur atas penjualan, semakin kreatif dalam memasarkan produk maka minat konsumen akan semakin tinggi untuk melakukan transaksi di Naisha.