

***SUSTAINABLE FASHION* PADA BIDANG PEMASARAN  
MEERA ATTIRE**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Acc munaqosah', enclosed in a simple oval shape.

Acc munaqosah  
4 agstus 2023

Oleh :  
Laras Dwi Wiyari  
19423038

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Laras Dwi Wiyari  
NIM : 19423038  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul tugas akhir : *SUSTAINABLE FASHION* PADA BIDANG  
PEMASARAN MEERA ATTIRE

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 03 Agustus 2023



Laras Dwi Wiyari

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 29 Maret 2023

07 Ramadhan 1444 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
D.I Yogyakarta

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 527/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2023 tanggal 29 Maret 2023 M, 07 Ramadhan 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama	: Laras Dwi Wiyari
Nomor Induk Mahasiswa	: 19423038
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2022/2023
Judul Skripsi	: <i>SUSTAINABLE FASHION</i> PADA BIDANG PEMASARAN MEERA ATTIRE

Setelah kami teliti adakah perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Pengembangan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I.

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Laras Dwi Wiyari  
Nomor Induk Mahasiswa : 19423038  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Judul Skripsi : *SUSTAINABLE FASHION* PADA  
BIDANG PEMASARAN MEERA  
ATTIRE

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Pengembangan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I.

## LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511  
F. (0274) 898463  
E. fiail@uii.ac.id  
W. fiail.uui.ac.id

### PENGESAHAN


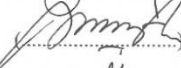

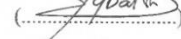
Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 22 Agustus 2023  
Judul Tugas Akhir : Sustainable Fashion pada Bidang Pemasaran Meera Attire  
Disusun oleh : LARAS DWI WIYARI  
Nomor Mahasiswa : 19423038

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

#### TIM PENGUJI:

Ketua : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA  
Penguji I : Junaidi Safitri, SEI, MEI  
Penguji II : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I  
Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI

Yogyakarta, 22 Agustus 2023



Dekan,

  
Drs. Asmuni, MA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan yang menjadi pemilik alam semesta, atas segala rahmat-Nya yang telah melimpahkan, memungkinkan penulis untuk menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam atas Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapkan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya kepada: Ibunda penulis, Asih Amiatun dan Ayahanda penulis, Sujitno Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir untuk penulis, atas seluruh cinta dan kasih sayang yang utuh, atas semua motivasi yang penuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu tucurahkan, atas segala kebahagiaan yang tak pernah lelah diberikan serta atas pengorbanan dan jerih payah yang tiada habisnya. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, khususnya kepada para dosen Program Studi Ekonomi Islam, yang telah membimbing penulis sejak awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bantuan dan usulan berharga dalam penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang ini. Semoga ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dapat penulis amalkan dan menjadi berkah yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua. Terima kasih kepada sahabat-sahabat penulis, tim support, dan teman kelompok, yaitu Salsabila Choirunnisa dan Firza Syahrani Harahap, yang telah berjuang bersama-sama sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Terima kasih juga untuk diri penulis sendiri yang telah berjuang sejauh ini dan berusaha melakukan yang terbaik demi orang-orang yang penulis sayangi dan yang menyayangi penulis.

## **HALAMAN MOTTO**

Artinya: 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.

**( Q. S An-Nisa Ayat 29)**

## ABSTRAK

### SUSTAINABLE FASHION PADA BIDANG PEMASARAN MEERA ATTIRE

LARAS DWI WIYARI

19423038

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang ada di dalam hidup kita, pakaian memiliki fungsi untuk menutupi aurat kita. Lambat laun pakaian yang tadinya hanya digunakan untuk menutup aurat sehari-hari, kini telah menjadi sebuah gaya hidup. Pakaian pada saat ini memiliki fungsi dan kegunaannya masing-masing, ada pakaian yang hanya digunakan ketika di rumah, ada pakaian yang hanya digunakan untuk tidur, ada pakaian yang hanya digunakan untuk berbelanja ke pasar, ada pakaian yang khusus digunakan untuk sekolah, dan ada juga pakaian yang khusus digunakan hanya pada hari-hari tertentu seperti acara resmi. Selain desain produk yang ditawarkan, bahan yang digunakan dalam membuat pakaian dapat mempengaruhi keputusan seseorang ketika ingin membeli sebuah pakaian. Terdapat banyak macam jenis bahan atau kain yang dapat digunakan untuk membuat sebuah pakaian. Tidak jarang ada pakaian yang jika dipakai dapat membuat pemakainya cepat gerah, ada pakaian yang membuat pemakainya merasa sejuk, ada juga pakaian yang jika dipakai akan membuat pemakainya merasa gatal karena tekstur bahan pakaiannya. Perkembangan zaman membuat kegiatan manusia semakin mudah khususnya kegiatan berbelanja yang bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja melalui *online shopping* yang mana pembeli tidak harus repot-repot pergi ke luar rumah dulu untuk membeli sesuatu hanya dengan melalui *gadget*. Dengan adanya upaya *digital marketing* dapat menjadikan bisnis kita semakin banyak diketahui oleh orang lain. Tujuan pendirian bisnis Meera Attire adalah untuk menciptakan bisnis pakaian untuk perempuan remaja hingga dewasa dengan branding sustainable yang mengunggulkan kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi yang ramah lingkungan. Pada kegiatan produksi agar tercapai konsep sustainable, Meera Attire menggunakan bahan baku produksi yang menggunakan serat alami non polyester, menggunakan desain yang simpel dan timeless agar produk meera attire dapat dipakai kapan pun tak lekang oleh waktu. Pada kegiatan konsumsi, Meera Attire akan melakukan branding tentang sustainable *fashion* seperti menyerukan untuk berperilaku bijak dalam membeli pakaian yang tidak berlebihan karena hanya ingin mengikuti tren *fashion* yang akibatnya hanya akan menumpuk sampah *fashion* yang sulit diurai oleh alam, hal tersebut juga menjadi salah satu etika berpakaian dalam Islam untuk tidak berperilaku boros. Pada kegiatan distribusi, Meera Attire akan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan, sehingga bisnis Meera Attire ini tidak mengakibatkan kerusakan lingkungan. Dalam masa pelaksanaan tugas akhir pengembangan bisnis, penulis sebagai bagian pemasaran menghadapi berbagai macam hambatan dan masalah yang muncul seperti ketika membuat konten produk hanya mendapatkan sedikit penonton dan like saja, hanya ada sedikit penonton ketika melakukan *live sale* di TikTok, kurangnya interaksi antara produsen dan konsumen. Setelah mencari tahu sebab-sebab yang membuat munculnya permasalahan ketika masa pengembangan bisnis berlangsung, penulis dapat mencari jalan keluar dan mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut.

**Kata kunci:** Pengembangan bisnis, Sustainable business, Pemasaran



## **ABSTRACT**

### **SUSTAINABLE FASHION IN THE MARKETING OF MEERA ATTIRE**

**LARAS DWI WIYARI**

**19423038**

*Clothing is one of the needs that exist in our lives, clothing has a function to cover our aurat. Gradually, clothes that were previously only used to cover the aurat everyday, have now become a lifestyle. Clothing at this time has its own functions and uses, there are clothes that are only used when at home, there are clothes that are only used for sleeping, there are clothes that are only used for shopping to the market, there are clothes that are specifically used for school, and there are also clothes that are specifically used only on certain days such as official events. In addition to the design of the products offered, the materials used in making clothes can influence a person's decision when wanting to buy clothes. There are many types of materials or fabrics that can be used to make clothes. Not infrequently there are clothes that if worn can make the wearer quickly hot, there are clothes that make the wearer feel cool, there are also clothes that if worn will make the wearer feel itchy because of the texture of the clothing material. The development of the times makes human activities easier, especially shopping activities that can be done anywhere and anytime through online shopping where buyers do not have to bother going outside the house first to buy something just through a gadget. With digital marketing efforts can make our business more widely known by others. The purpose of establishing the Meera Attire business is to create a clothing business for teenage to adult women with sustainable branding that emphasizes environmentally friendly production, distribution and consumption activities. In production activities in order to achieve the concept of sustainability, Meera Attire uses production raw materials that use natural non-polyester fibers, using simple and timeless designs so that Meera Attire products can be worn anytime. In consumption activities, Meera Attire will carry out branding about sustainable fashion such as calling for wise behavior in buying clothes that are not excessive because they only want to follow fashion trends which as a result will only accumulate fashion waste that is difficult to decompose by nature, this is also one of the ethics of dressing in Islam not to behave wastefully. In distribution activities, Meera Attire will use environmentally friendly packaging, so that Meera Attire's business does not cause environmental damage. During the implementation of the business development final project, the author as the marketing department faced various obstacles and problems that arose such as when creating product content only getting a few views and likes, there were only a few viewers when doing live sales on TikTok, lack of interaction between producers and consumers. After finding out the causes that make problems arise during the business development period, the author can find a way out and overcome these problems.*

**Keywords:** *Business development; Sustainable business; Marketing.*

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**  
**KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN**  
**KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**A. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

**Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan**

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)

غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

## A. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

**Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

**Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap**

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
يَ... يَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ... وَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba

- فَعَلَ fa`ala

- سَأَلَ suila

- كَيْفَ kaifa

- حَوْلَ haula

### ***B. Maddah***

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

**Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah***

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...آ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

### C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

#### Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

- طَلْحَةَ talhah

### D. Syaddah (Tasydid)



Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

**Contoh:**

- نَزَّلَ **nazzala**

- البِرُّ **al-birr**

**E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu

- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

## F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu

- شَيْءٌ syai'un

- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

## G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ - Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ جَرَاهَا وَ مُرْسَاهَا - Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ عَفُورٌ رَّحِيمٌ      Allaāhu gafūrun rahīm

- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Azza wa Jalla yang memberi Berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Shalawat serta salam selalu kita tuturkan untuk nabi besar kita, Muhammad Shallahualaihi Wa Sallam yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan dan memberi semangat kepada penulis untuk menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis Meera Attire yang penulis jalankan.

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya;
2. Bapak DR. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya;
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam;
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia;
5. Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberi arahan, mendukung, dan selalu berada di garis terdepan dalam mendukung penulis untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir ini;
6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh mahasiswa Ekonomi Islam;
7. Kedua orang tua saya, Ibu Asih Amiatun dan Bapak Sujitno. yang selalu memberi dukungan, doa, dan semangat kepada penulis;
8. Keluarga Penulis, Mas Agil Gilang Ramadhan, Adik Ludya Noor Aisyah yang selalu memberikan doa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir;
9. Sahabat-sahabat Penulis, Monica Octavia Berlianty, Della Septiana Sylva, Tania Amara Dewi, Maulana Awalsyah, dan Eric Sohn yang selalu memberi semangat kepada penulis;

10. Tim Bisnis Meera Attire sekaligus sahabat penulis Salsabila Choirunnisa dan Firza Syahrani Harahap yang selalu dapat diandalkan dalam kerjasama menyelesaikan kegiatan bisnis Tugas Akhir yang penulis jalankan.

Dengan rendah hati, penulis memohon maaf kepada semua pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang mungkin kurang berkenan di hati, karena semuanya adalah hasil kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menerima kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 03 Agustus 2023



Laras Dwi Wiyari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	x
KATA PENGANTAR .....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PENGEMBANGAN BISNIS .....	5
A. Profil Bisnis .....	5
B. Pelaksanaan Pemasaran Bisnis Meera Attire.....	8
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH.....	21
A. Identifikasi Masalah.....	21
B. Tinjauan Teoritis Pemasaran.....	22
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	28
A. Kesimpulan .....	28
B. Saran .....	28
DAFTAR PUSTAKA .....	30
LAMPIRAN.....	32
RIWAYAT HIDUP .....	40
LAMPIRAN FOTO KEGIATAN.....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	10
Tabel 3.1.....	27



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	12
Gambar 2.2.....	13
Gambar 2.3.....	13
Gambar 2.4.....	14
Gambar 2.5.....	15
Gambar 2.6.....	16
Gambar 2.7.....	17
Gambar 2.8.....	18
Gambar 2.9.....	19

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Pada saat ini pakaian tidak hanya menjadi kebutuhan pokok manusia saja, namun saat ini pakaian juga menjadi gaya hidup untuk memperlihatkan status, jabatan, dan kedudukan seseorang yang sekarang biasa disebut dengan tren *fashion* dan hal tersebut menjadikan ladang bisnis yang menjanjikan mengingat pangsa pasar *fashion* yang sangat luas. *Fashion* merupakan sektor industri pengolahan industri nonmigas sebagai penyumbang Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) tertinggi kedua atas dasar harga konstan (AHDK) sebesar Rp 35,17 triliun (Rizaty, 2022).

Meera Attire adalah bisnis *fashion* yang berdiri sejak bulan Juni 2020, produk yang dijual antara lain dress panjang, midi dress, baju atasan, rok, dll. yang bisa dikenakan sehari-hari maupun untuk menghadiri acara khusus. Sejak merintis dari tahun 2020 Meera Attire kurang maksimal dalam menjangkau konsumen seperti konten-konten yang dibuat kurang kreatif juga jarang mengunggah konten sehingga jangkauan pasar kurang luas, tingkat penjualan dan branding Meera Attire kurang memuaskan. Agar nantinya Meera Attire bisa lebih banyak menjangkau konsumen dan juga menarik perhatian banyak orang maka diperlukannya cara pemasaran yang terarah karena pemasaran memiliki peranan penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan. Oleh karena itu, apabila perusahaan ingin beroperasi dengan sukses dan ingin mendapatkan citra yang positif di mata konsumen, maka kegiatan pemasaran perusahaan diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Awalnya, konsep pemasaran berfokus pada produk, institusi yang melakukan proses pemasaran, dan berbagai kegiatan dalam aspek-aspek pemasaran. Menurut Kotler (2010:7), pemasaran diartikan sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok saling mendapatkan manfaat dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Paul D. Converse, yang diterjemahkan oleh Winard (2001:6), pemasaran melibatkan kegiatan yang berhubungan dengan menciptakan manfaat atau keuntungan dari tempat, waktu, dan kepemilikan. Sementara itu, Stanton (2009:8) mendefinisikan pemasaran menurut William 1 sebagai serangkaian kegiatan komersial yang bertujuan untuk merancang produk, harga, periklanan, dan distribusi barang yang dapat memuaskan keinginan dan

memenuhi kebutuhan konsumen dan non-konsumen. Karena ada banyak definisi pemasaran, pemasaran pada dasarnya adalah aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran produk dan jasa dari produsen ke konsumen atau pembeli. Menurut definisi konsep pemasaran oleh William I. Stanton (2009:181), konsep pemasaran adalah filosofi bisnis yang berpendapat bahwa memenuhi kebutuhan konsumen adalah prasyarat ekonomi dan sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut konsep pemasaran, kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pasar sasaran, lalu menyediakan produk dengan lebih efisien dan efektif daripada pesaing. Definisi ini menggarisbawahi pentingnya konsep pemasaran dalam dunia bisnis, karena berfokus pada kepentingan konsumen. Memperhatikan hal ini sangatlah krusial, karena kepuasan konsumen menjadi landasan ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Kemajuan yang terjadi pada saat ini yaitu pada informasi dan komunikasi menjadikan kemudahan saat menggunakan internet yaitu menjadi lebih cepat dan mudah sehingga juga berpengaruh pada cara dilakukannya penjualan. Pada dunia bisnis saat ini yang dimana semakin kompetitif, maka kita saat menggunakan sebuah teknologi diharap memberikan banyak manfaat. Perusahaan yang menerapkan teknologi dalam operasionalnya dapat mengikuti persaingan tersebut. Beberapa bentuk strategi untuk meningkatkan persaingan pada penjualan produk yaitu dengan memasarkan produk tersebut pada media penjualan online, memungkinkan perusahaan menjual produk dan jasa mereka secara daring. Komunikasi pemasaran melibatkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pembeli secara langsung maupun tidak langsung, seperti menonton iklan selama acara televisi. Di jalanan, kita dapat melihat iklan di pinggir jalan, di tengah jalan, dan di media atau baliho yang menempel di dinding bangunan. Dahulu, apabila kita ingin memiliki sesuatu kita membelinya harus bertemu dengan penjualnya langsung untuk melakukan dan menyelesaikan transaksi tersebut, tetapi zaman sekarang seiring berjalannya waktu dan khususnya di bidang internet, saat kita membutuhkan sesuatu kita dapat dengan mudah mendapatkannya di media penjualan online tanpa harus keluar dari rumah.

Ada sekitar 150 juta pengguna internet di Indonesia, mencakup 55,0% populasi, yang menggunakannya untuk memenuhi bermacam-macam keperluan yang berbeda, yang diperoleh dari penggunaan internet telah mengubah kebiasaan masyarakat dan peran pasar. Dulu, operasi pemasaran melibatkan pertemuan antara pembeli dan penjual secara fisik, namun dengan meningkatnya penggunaan platform jual beli berbasis

perangkat lunak, telah muncul peluang bagi bisnis untuk memanfaatkan internet sebagai alat bisnis dan penjualan, yang dikenal sebagai pemasaran digital. Shopee adalah salah satu aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual berbagai macam produk, mulai dari barang *fashion* hingga kebutuhan sehari-hari. Aplikasi Shopee menyediakan cara yang nyaman bagi orang untuk berbelanja tanpa harus pergi ke toko fisik. Hadir di Indonesia, Shopee menawarkan pengalaman belanja baru bagi pembeli. Dengan kemudahan ini, para penjual dapat dengan cepat dan mudah menjual produk mereka, sementara pembeli dapat melakukan pembayaran dan menerima barang dengan aman.

Aplikasi TikTok telah diunduh lebih dari 100 juta kali. Sejalan dengan banyaknya pengguna TikTok, aplikasi ini dapat membantu meningkatkan interaksi pengguna, salah satunya melalui tren racun Shopee atau Shopee haul yang dibuat oleh *content creator* dan menjadi viral dengan jumlah penonton terbanyak. Pada tren ini merupakan tren yang terjadi pada aplikasi TikTok yaitu dengan memberikan sebuah informasi terhadap barang tersebut sehingga bisa dengan mudah membuat konsumen melihat dan membeli barang tersebut.

Karena manfaatnya dalam meningkatkan penjualan, membangun kesadaran merek, menjalin hubungan dengan mitra bisnis lainnya, meningkatkan lalu lintas, menarik pelanggan, dan mendapatkan wawasan baru dalam pasar (Stelzner, 2020), media sosial menjadi sangat relevan untuk kegiatan pemasaran. Ada banyak platform media sosial yang dapat digunakan untuk aktivitas pemasaran, dan salah satunya yang paling populer digunakan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Instagram. Berdasarkan penelitian sebelumnya, Instagram adalah platform media sosial terbesar kedua setelah Facebook, dengan pangsa pasar sekitar 78%, dan banyak digunakan oleh UMKM untuk melakukan kegiatan pemasaran. Selain itu, Instagram juga menduduki posisi kedua setelah Facebook dan seringkali menjadi pilihan utama bagi UMKM yang berfokus pada pasar business-to-business (B2C).

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial dan *e-commerce* menjadi salah satu peran utama dalam sebuah cara untuk menjangkau lebih banyak konsumen lagi, oleh sebab itu Meera Attire dalam bidang pemasarannya akan berfokus kepada penggunaan Instagram, TikTok, dan Shopee.

## **B. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi empat bagian yakni Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek bisnis.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang pendekatan apa yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan saran yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

## BAB II

### PELAKSANAAN KEGIATAN PENGEMBANGAN BISNIS

#### A. Profil Bisnis

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia, dan di antara fungsinya adalah melindungi tubuh dari debu, sinar matahari, benda-benda yang dapat membahayakan tubuh, dan gangguan binatang. Dalam ajaran Islam, pakaian juga berfungsi sebagai penutup aurat agar manusia terhindar dari rasa malu terhadap Allah dan sesama manusia, seperti yang ditegaskan dalam Firman Allah berikut ini:

يُنَبِّئُ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ  
لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (Q.S. Al-A’raf : 26)

Dalam Surat Al-A’raf ayat 26 tersebut juga mengatakan bahwa pakaian indah untuk perhiasan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan maraknya *trend fashion* terutama dikalangan perempuan remaja hingga dewasa saat ini. *Trend fashion* yang banyak diminati oleh berbagai kalangan karena banyaknya pilihan desain, motif, dan aksesoris yang bisa menumbuhkan kepercayaan diri, bisa menjadi bagian dari komunikasi pemakai dengan lingkungan sekitar, dan juga menggambarkan kelas dan gaya hidup seseorang, hal di atas merupakan latar belakang munculnya gagasan untuk memulai usaha dalam bidang pakaian. Namun, seiring maraknya bisnis *fashion* yang muncul di Indonesia karena pasar bisnis *fashion* yang menjanjikan membuat para pebisnis hanya berlomba-lomba untuk meningkatkan profit, dan tidak memperhatikan dampak yang terjadi disekitar jika para konsumen *fashion* selalu membeli produk setiap ada *trend fashion* baru tanpa memperhatikan bahan yang digunakan. Dengan demikian banyak pula pakaian yang dihasilkan, Berdasarkan data dari SIPSAN KLHK (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) tahun 2021, jumlah limbah *fashion* di Indonesia mencapai 2,3 juta ton. Limbah *fashion* ini disebabkan oleh sisa bahan produksi yang tidak diolah dengan baik, serta perubahan

tren *fashion* yang cepat menyebabkan banyaknya limbah pakaian bekas yang dibuang di Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Meera Attire telah memulai bisnis sejak bulan Juni 2020, *warehouse* Meera Attire yang beralamatkan di Priyan 001/009, Tambakboyo, Pedan, Klaten. Pada saat ini Meera Attire masih belum mempunyai offline store, namun produk-produk Meera Attire dapat dibeli dengan mudah melalui Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Shopee resmi Meera Attire. Untuk kedepannya Meera Attire berencana untuk melakukan penjualan online melalui website resmi Meera Attire, Tokopedia, dan Lazada untuk meningkatkan penjualan lagi.

Meera Attire Merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang *fashion* yang menitik fokuskan menciptakan dan menawarkan produk-produk pakaian untuk perempuan dengan menerapkan konsep *Sustainable Business*. Meera Attire menerapkan prinsip 3P Planet, People, Profit, pada prinsip planet Meera Attire berusaha untuk selalu membuat pakaian dengan desain yang *timeless* yang dimaksudkan agar pakaian tersebut bisa dipakai sepanjang waktu, dapat dipadu padankan dengan pakaian yang ada di almari yang mana pada jaman sekarang biasa disebut dengan *capsule wardrobe* sehingga produk Meera Attire tidak hanya dipakai saat muncul *trend fashion* tertentu saja dan bisa mengurangi angka limbah pakaian. Selain pemilihan desain, Meera Attire juga menggunakan bahan baku *non-polyester*, karena kain *polyester* memerlukan waktu yang sangat lama untuk terurai, selain itu, bahan *polyester* memiliki karakteristik memiliki tekstur serat yang rapat sehingga menyebabkan orang yang memiliki kulit sensitif akan mudah mengalami iritasi karena sirkulasi udara kain berbahan *polyester* yang kurang baik (*unbreathable*). Selain pemilihan bahan baku yang mengandung serat alami *non-polyester*, Meera Attire juga melakukan pengolahan terhadap limbah produksi berupa kain perca yang diolah menjadi barang yang bernilai jual seperti tas serut, ikat rambut, dan juga *knot bag* dengan tujuan untuk berkontribusi mengurangi sampah industri *fashion*. Pada aspek *planet* yang terakhir Meera Attire menggunakan kemasan untuk pengiriman yang juga ramah lingkungan berupa plastik *biodegradable*, kertas kue, dan juga *thankyou card* yang dibuat dari *seed paper*.

Menciptakan logo merupakan salah satu bagian dari identitas brand. Meera Attire memiliki logo brand sebagai berikut:



Arti dari logo brand Meera Attire:

1. Meera yang berarti lautan. 70% isi muka bumi adalah lautan. Dari lautan, manusia juga banyak mendapat manfaat untuk hidup seperti pangan, pendistribusian bisnis antar benua untuk menunjang perekonomian, lautan juga menjadi termostat untuk bumi dan mengurangi karbon dioksida di atmosfer, karena tanaman hijau yang dimiliki bumi hanya mampu menyerap sepertiga dari keseluruhan CO<sub>2</sub>. Sementara sisanya diserahkan pada lautan. Untuk itu dengan penamaan Meera ini dimaksudkan agar brand ini bisa bermanfaat bagi manusia untuk menyediakan kebutuhan sandang, dan bermanfaat bagi kelestarian lingkungan dengan diterapkannya konsep sustainable.
2. Untuk penamaan Attire, pada Juni 2020 bisnis Meera didirikan oleh owner, sebenarnya owner memiliki keinginan untuk menjual pakaian yang didesain khusus untuk menghadiri acara-acara formal seperti pesta, undangan acara tertentu, dan hari besar tertentu. Namun, owner belum terlalu matang untuk mengkonsep bisnis dan terlalu terburu-buru untuk memulai bisnis, sehingga Meera hingga saat ini meleset dari konsep awal yang diinginkan owner.
3. Warna coklat memiliki karakteristik anggun dan elegan, warna coklat juga melambangkan kesederhanaan, kenyamanan, dan kehangatan.
4. Gambar bunga melambangkan konsep *sustainability* yang diangkat dalam pengembangan bisnis Meera Attire.

Dalam menjalankan tugas akhir pengembangan bisnis ini, penulis memiliki anggota kelompok yang memiliki tugas dan peran masing-masing untuk menjalankan pengembangan bisnis Meera Attire untuk meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga, dan meningkatkan produktivitas. Meera Attire membagi tim kerja yang terdiri dari 3 anggota:

1. Salsabila Choirunnisa : Riset dan Keuangan
2. Firza Syahrani Harahap : Produksi
3. Laras Dwi Wiyari : Pemasaran



## B. Pelaksanaan Pemasaran Bisnis Meera Attire

Dalam pelaksanaannya, bisnis Meera Attire telah memulai bisnis dari bulan Juni 2020, namun Meera Attire selama 2 tahun hanya menjadi bisnis musiman yang mengeluarkan produk hanya 1 kali setiap tahunnya dan tidak ada perkembangan bisnis yang signifikan. Pada tahun 2023 ini Meera Attire akan melakukan pengembangan bisnis dan memunculkan konsep *sustainable business*. Pada proses pengembangan bisnis, penulis memiliki fokus di bagian pemasaran.

Menurut Kotler (2009;10) "Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok berinteraksi untuk memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan, dengan menciptakan, menawarkan, dan saling bertukar produk dan jasa yang memiliki nilai dengan pihak lain." Sementara itu, American Marketing Association, memberikan penjelasan mengenai pemasaran yaitu sebagai "proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi."

Menurut Kotler (2009;101), Marketing Mix adalah kumpulan suatu alat yang dapat digunakan untuk penjualan produk bagi perusahaan demi tercapai target penjualannya yaitu pada pasar yang diinginkan. Tetapi pada sisi lain juga harus adanya penyesuaian terhadap elemen pada Marketing Mix, yaitu penyesuaian terhadap sasaran pasar. Pada Marketing Mix itu terdapat variabel yang dapat digunakan dengan efektif tetapi hanya apabila pengaturannya sesuai dengan bagaimana kondisi serta situasi pada saat itu di perusahaan tersebut. Mengenai penjelasan di atas, disimpulkan bahwa Marketing Mix adalah faktor-faktor yang dikuasai dan dapat digunakan oleh manajer pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor tersebut meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Konsep Pemasaran Islami adalah suatu proses yang melibatkan pengenalan dan pelaksanaan strategi untuk mencapai nilai maksimal bagi kesejahteraan para pemangku kepentingan, terutama individu-individu serta masyarakat umumnya, sesuai dengan panduan yang terdapat dalam al-Quran dan as-Sunnah. Konsep Pemasaran Islami didasarkan pada Teori Maqasid Syarifah yang bersumber dari al-Quran dan as-Sunnah, di mana dalam hubungan pertukaran, fokus diberikan pada aspek masalah (kesejahteraan) kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Ini sejalan dengan tujuan dari hukum syariah Islam (Maqasid Syarfiah), yang tidak hanya berpusat pada imbalan ekonomi atau sosial semata, tetapi juga bertujuan untuk meraih kepuasan

jangka panjang, termasuk kepuasan dalam kehidupan dunia, sejalan dengan prinsip-prinsip Pemasaran Hubungan dan Teori Pertukaran Sosial.

Saeed, Ahmed, dan Mukhtar menjelaskan bahwa inti dari pemasaran Islam adalah prinsip maksimalisasi nilai yang berakar pada keadilan dan kejujuran (melakukan transaksi atau komunikasi yang adil dan wajar dengan mitra bisnis) demi kesejahteraan seluruh masyarakat. Secara lebih sederhana, etika pemasaran Islam didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Terdapat tiga ciri utama dari etika pemasaran dalam perspektif Islam. Pertama, etika pemasaran Islam berasal dari ajaran-ajaran al-Quran dan tidak membiarkan ruang bagi interpretasi yang bervariasi oleh para pemasar sesuai dengan keinginan mereka sendiri. Kedua, perbedaan utamanya terletak pada dimensi transendental yang tetap kuat dan karakter aslinya yang tidak mudah terpengaruh. Ketiga, pendekatan Islam menekankan pentingnya memaksimalkan nilai yang mengutamakan kesejahteraan masyarakat daripada sekadar mengejar keuntungan pribadi sebanyak mungkin. Sikap seperti ini menjamin bahwa etika Islam memiliki daya dorong yang besar untuk merasuki nurani manusia, dan mampu mempengaruhi perilaku para pelaku pemasaran dari dalam.

Penulis dalam mengimplementasikan pemasaran berdasarkan teori pemasaran di atas telah melakukan upaya seperti memasarkan produk-produk dari Meera Attire yang mana produk kami bisa dikenakan oleh para muslimah karena produk-produk kami termasuk ke dalam *fashion* yang menutup aurat atau tidak mengumbar-umbar aurat. Kemudian pada upaya pemasarannya, penulis mengimplentasikan kejujuran dan keadilan terhadap kegiatan pemasaran seperti mengunggah konten foto dan video produk yang sesuai dengan kondisi asli produk-produk yang kami jual, dan juga menjelaskan detail produk agar konsumen tidak merasa dibohongi.

Aspek yang akan dibahas oleh penulis dalam bagian bisnis ini adalah pemasaran. Tujuan dari aspek pemasaran yang dilakukan dalam bisnis ini adalah untuk memasarkan produk-produk yang ditawarkan Meera Attire kepada khalayak ramai melalui berbagai *platform* sosial media dan juga *e-commerce*. Dalam pelaksanaannya, penulis telah membuat rancangan dan juga realisasi kegiatan dari rancangan kegiatan yang telah dibuat untuk menjalankan pelaksanaan kegiatan dari rencana yang telah dibuat untuk menjalankan program pengembangan bisnis. Berikut adalah tabel yang menggambarkan program kegiatan selama melakukan tugas akhir pengembangan bisnis.

**Tabel 2.1** Program Kerja Bidang Pemasaran

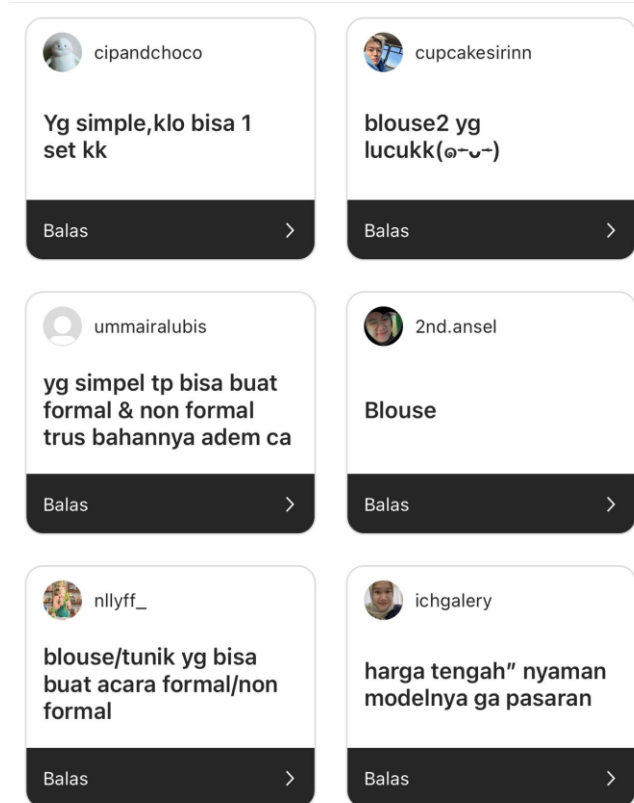
No	Kegiatan	Sub kegiatan
1.	Survei produk	Membuat survei di Instagram <i>story</i> Meera Attire terkait produk seperti apa yang konsumen butuhkan dan sukai
2.	Melakukan foto produk	Melakukan foto produk di dalam maupun luar ruangan sebgus mungkin agar menghasilkan foto yang sesuai dengan produk yang dijual sebelum foto produk diunggah di sosial media dan <i>e-commerce</i>
3.	Mengambil video produk	Mengambil video produk dari berbagai macam sisi untuk memperlihatkan kepada konsumen seperti apa perandaian saat produk digunakan
4.	Mengedit foto produk	Foto produk yang sudah diambil akan diedit dengan bagus terlebih dahulu sebelum nantinya akan diunggah di sosial media dan <i>e-commerce</i>
5.	Mengedit video produk	Video produk yang sudah diambil kemudian diedit semenarik dan <i>se-trendy</i> mungkin sebelum diunggah ke sosial media dan <i>e-commerce</i>
6.	Kampanye sustainable business	Memperkenalkan dan menjelaskan kepada konsumen tentang bahan produk, packaging, dan <i>thank you card</i> yang ramah lingkungan
7.	Mengunggah konten produk di sosial media	Konten foto dan video yang sudah diedit kemudian akan diunggah ke sosial media

		seperti Instagram (Instagram <i>story</i> , <i>reel</i> , dan <i>feed</i> ) juga di unggah konten video di TikTok
8.	Mengunggah konten produk di <i>e-commerce</i>	Konten foto dan video yang sudah diedit akan diunggah di <i>e-commerce</i> shopee beserta keterangan tentang harga, ukuran, dan bahan yang digunakan

*Sumber: Penulis*

Seperti pada tabel di atas yang sudah dibuat penulis, tabel di atas merupakan gambaran aktivitas-aktivitas yang telah dilakukan penulis semasa pelaksanaan tugas akhir pengembangan bisnis. Ketika melaksanakan tugas akhir pengembangan bisnis, penulis telah membuat rancangan terkait beberapa program kerja yang akan dijalankan sesuai dengan penyusunan tugas akhir pengembangan bisnis. Bagian pemasaran sendiri memiliki tugas dan peran untuk memasarkan dan mempromosikan produk-produk yang ditawarkan oleh Meera Attire ke berbagai macam platform sosial media dan juga *e-commerce*.

Produk-produk yang telah diproduksi yang ditawarkan oleh Meera Attire tidak akan langsung dipasarkan ke sosial media dan *e-commerce*, namun sebelum itu dilakukan ada beberapa hal yang harus bagian pemasaran lakukan terlebih dahulu sebelum nantinya produk-produk dari Meera Attire bisa dipasarkan melalui sosial media dan *e-commerce*. Berikut ini penulis akan menjelaskan lebih lanjut lagi tentang bagaimana tahapan-tahapan yang dilakukan oleh penulis dalam kegiatan pemasaran produk selama masa pelaksanaan tugas akhir pengembangan bisnis sebagai bagian pemasan Meera Attire:



**Gambar 2.1** Survei Di Sosial Media Untuk Menentukan Produk Yang Akan Diproduksi  
*Sumber: Instagram Meera Attire*

Pada tahap awal sebelum melakukan pemasaran, penulis sebagai bagian pemasaran telah melakukan survei di sosial media melalui *questions box* Instagram *story* untuk mencari tau tentang bagaimana produk yang sedang konsumen butuhkan dan sukai. Saat melakukan survei di Instagram ada total 26 dari 1.571 pengikut Instagram Meera Attire yang berpartisipasi dalam pelaksanaan survei produk ini.

Setelah mengetahui respon dari konsumen, penulis akan mendiskusikan hasil dari survei tersebut dengan bagian riset dan produksi untuk nantinya akan dijadikan patokan dalam memproduksi sebuah produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan juga memberikan kepuasan untuk konsumen karena pada dasarnya kegiatan pemasaran diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.



**Gambar 2.2** Produk Yang Lolos Tahap *Quality Control*

*Sumber: Penulis*

Setelah produk yang akan dijual telah selesai diproduksi berdasarkan dari hasil survei produk melalui *question box* Instagram terkait bagaimana produk yang akan diproduksi sebelumnya, produk tersebut tidak akan langsung dijual secara *online* tetapi akan dilakukan tahap *quality control* terlebih dahulu oleh bagian produksi. Kemudian apabila produk yang sudah diproduksi telah lolos tahap proses pengecekan kualitas maka setelahnya akan dipilih untuk dipakaikan kepada model.



**Gambar 2.3** Hasil Pengambilan Foto Produk

*Sumber: Penulis*

Tahap selanjutnya adalah pengambilan foto pada produk yang telah selesai diproduksi dan lolos tahap *quality control* oleh bagian produksi. Foto produk Meera Attire diambil menggunakan *gadget* penulis yang memumpuni. Proses pengambilan foto produk Meera Attire akan dilakukan di *outdoor* maupun *indoor*. Kemudian untuk

lokasi pengambilan foto produk Meera Attire dipilih berdasarkan tema konten seperti apa yang sebelumnya sudah ditentukan dan cocok dengan produk yang sudah diproduksi.

Produk yang telah diproduksi kemudian akan diambil fotonya sebanyak mungkin dan diambil dengan berbagai macam gaya modelnya agar nantinya penulis memiliki banyak pilihan foto dan juga dapat memilih foto yang hasilnya paling bagus untuk digunakan sebagai bahan promosi produk Meera Attire melalui sosial media dan *e-commerce*.

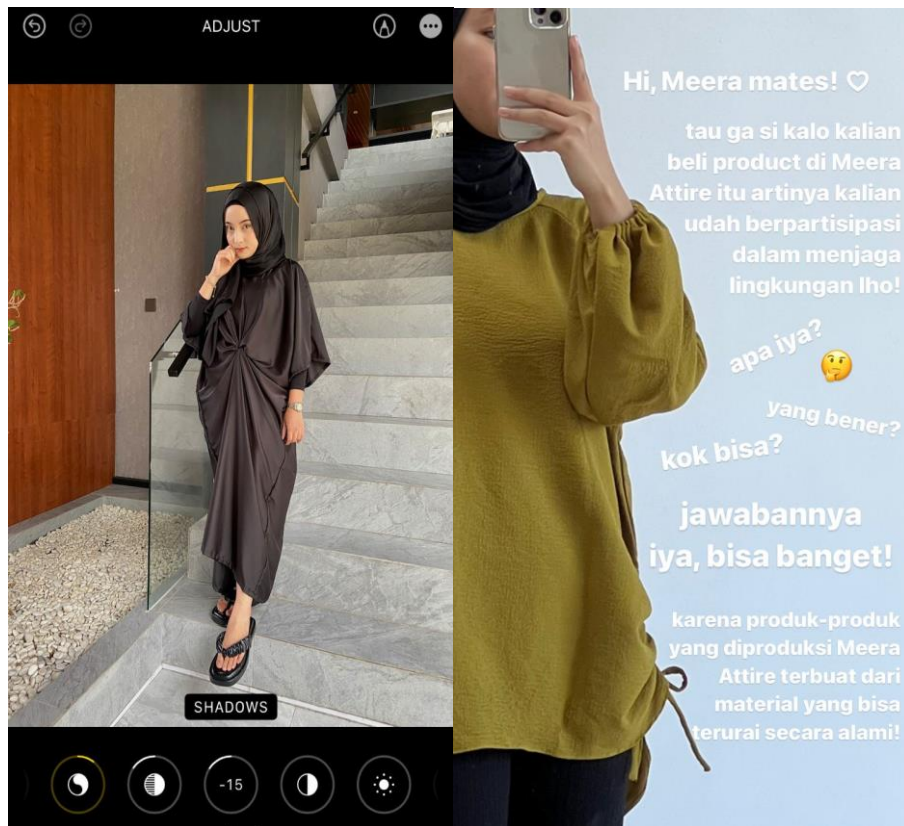


**Gambar 2.4** Hasil Pengambilan Video Produk

*Sumber: Penulis*

Selain mengambil foto produk, produk yang telah diproduksi sesuai dengan hasil survei dan melewati tahap pengecekan sebelumnya, penulis sebagai bagian pemasaran dalam pengembangan bisnis Meera Attire juga melakukan pengambilan video produk. Pengambilan video dilakukan di *outdoor* dan *indoor* juga dengan lokasi yang sudah ditentukan sebelumnya menggunakan *gadget* penulis yang memumpuni untuk mengambil video dengan kualitas yang baik.

Video produk Meera Attire akan diambil dari berbagai macam sisi sebanyak-banyaknya untuk menghasilkan banyak klip dan bisa dipilih yang hasilnya paling bagus untuk digunakan promosi produk melalui sosial media, kemudian juga agar konsumen bisa melihat secara jelas bagaimana detail produk dan juga memiliki bagaimana gambaran apabila menggunakan produk dari Meera Attire.



**Gambar 2.5** Proses Pengeditan Foto Produk

*Sumber: Penulis*

Foto produk yang sudah diambil kemudian akan dipilih yang terbaik hasil fotonya untuk kemudian diedit lagi menggunakan aplikasi bawaan dari *gadget* penulis untuk beberapa macam aspeknya seperti kecerahan pada foto, bayangan pada foto, dan eksposur pada foto agar nanti hasil fotonya sesuai dengan keadaan asli dari produk Meera Attire dan pembeli tidak merasakan perbedaan pada saat melihat foto di sosial media dan ketika produk sudah sampai di tangan pembeli.

Setelah sebelumnya foto produk telah selesai diedit menggunakan aplikasi bawaan *gadget* penulis, foto produk juga akan digunakan untuk mengkampanyekan sustainable *fashion* pada Meera Attire dengan cara memberitahukan kepada konsumen tentang keuntungan dan kelebihan apa saja yang akan didapat apabila seseorang menggunakan produk-produk yang terbuat dari bahan sustainable.





**Gambar 2.6** Proses Pengeditan Video Produk

*Sumber: Penulis*

Kemudian selain mengedit foto pada produk Meera Attire, Penulis juga melakukan pengeditan pada video produk. Beberapa klip potongan-potongan video produk yang telah diambil sebelumnya kemudian akan diedit dijadikan menjadi 1 konten video menggunakan aplikasi editing inshot yang ada di *gadget* penulis dengan menarik dan kreatif agar nantinya dapat menarik atensi orang-orang yang melihat konten video produk Meera Attire.

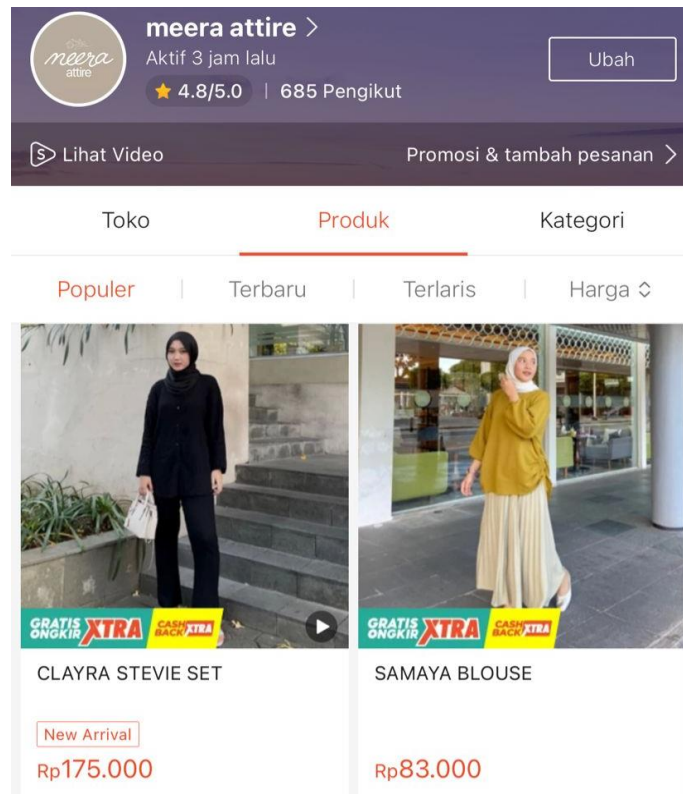


**Gambar 2.7** Konten Foto Dan Video Produk Yang Diunggah Ke Sosial Media

Sumber: Penulis

Tahap selanjutnya setelah foto dan video produk selesai diedit maka akan diunggah di berbagai macam platform sosial media seperti TikTok dan Instagram. Meera Attire dalam pemasarannya di Instagram akan mengunggah foto produk di feed, mengunggah video produk di reel, dan mengunggah foto dan video produk di Instagram *story* juga. Selain itu Meera Attire juga memasang iklan di Instagram setiap produk baru di-*release*, dengan melakukan pemasangan iklan di Instagram ini dapat membuat konten produk yang diunggah ke sosial media Meera Attire jauh lebih banyak tersebar ke khalayak ramai lagi juga dengan memasang iklan di Instagram Meera Attire mendapat banyak tambahan followers baru.

Sama seperti di Instagram, TikTok juga menjadi wadah untuk memasarkan produk Meera Attire melalui konten video produk yang sudah diedit semenarik mungkin dan juga ditambahkan lagu yang sedang trend dengan tujuan video konten produk Meera Attire nantinya bisa menjangkau lebih banyak konsumen lagi.



**Gambar 2.8** Konten Foto Dan Video Produk Yang Telah Diunggah Ke *E-commerce*

*Sumber: Penulis*

Pada tahap ini penulis melakukan pengunggahan produk di *e-commerce* shopee yang bertujuan untuk memudahkan penjualan terhadap konsumen. Cara berbelanja di shopee sendiripun mudah, karena di shopee konsumen juga bisa langsung melihat bagaimana foto produk dari Meera Attire, warna apa saja yang tersedia, berapa ukuran produknya, penilaian dari pembeli, dan juga harga produk yang dijual.



**Gambar 2.9** Pelaksanaan *Live Sale* di TikTok

*Sumber: Penulis*

Selain di shopee, Meera Attire juga melakukan pemasaran melalui *live sale* di TikTok yang dilakukan selama 4 jam lamanya bersama tim yang lain. Alasan untuk memilih TikTok sebagai wadah melakukan *live sale* adalah karena dengan adanya fitur *live* di TikTok pembeli dapat berinteraksi secara langsung dengan penjual dan juga melihat bagaimana detail lebih jelas produk yang diperjual belikan sehingga pembeli nantinya tidak merasakan perbedaan antara produk di gambar dengan produk aslinya. Tetapi pada saat melakukan *live sale* kami tidak mengaktifkan fitur keranjang kuning dan mengalihkan penjualan melalui whatsapp bagi pembeli yang sudah yakin akan membeli produk, hal ini dilakukan karena supaya penjual tidak terkena biaya admin yang sangat besar dan juga pembeli akan mendapatkan diskon sebesar 5% tanpa minimal pembelian.

Untuk kebijakan harga dari 3 produk Meera Attire yang sudah ditetapkan, masing-masing produk memiliki kebijakan harga yang berbeda-beda. Pada produk pertama dari Meera Attire yaitu Seya Kaftan menghabiskan total produksi sebesar Rp. 110.930 per-produknya, kemudian diambil keuntungan per-produk sebesar 71% atau

jika dirupiahkan menjadi Rp. 78.070. Jika keduanya dijumlahkan maka harga jual dari Seya Kaftan adalah Rp. 189.000. Meera Attire akan memberikan potongan harga sebesar 5% per-produk tanpa minimal pembelian apabila konsumen melakukan pembelian melalui WhatsApp, sehingga harga Seya Kaftan yang mulanya Rp. 189.000 menjadi Rp.179.550.

Pada produk ke-dua dari Meera Attire yaitu Samaya Blouse menghabiskan total produksi sebesar Rp. 41.750 per-produknya, kemudian diambil keuntungan per-produk sebesar 52% atau jika dirupiahkan menjadi Rp. 42.250. Jika keduanya dijumlahkan maka harga jual dari Seya Kaftan adalah Rp. 84.000. Meera Attire akan memberikan potongan harga sebesar 5% per-produk tanpa minimal pembelian apabila konsumen melakukan pembelian melalui WhatsApp, sehingga harga Samaya Blouse yang mulanya Rp. 84.000 menjadi Rp. 79.800

Pada produk ke-tiga dari Meera Attire yaitu Clayra Stevie Set menghabiskan total produksi sebesar Rp. 85.000 per-produknya, kemudian diambil keuntungan per-produk sebesar Rp. 90.000. Jika keduanya dijumlahkan maka harga jual dari Clayra Stevie Set adalah Rp. 175.000. Meera Attire akan memberikan potongan harga sebesar 5% per-produk tanpa minimal pembelian apabila konsumen melakukan pembelian melalui WhatsApp, sehingga harga Seya Kaftan yang mulanya Rp. 175.000 menjadi Rp. 166.250



## BAB III

### IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

#### A. Identifikasi Masalah

Selama pengerjaan tugas akhir ini, pastinya penulis mengalami rintangan dan kesulitan selama proses pelaksanaannya. Dengan adanya hambatan dan kendala yang muncul selama proses pelaksanaan ini penulis meyakini bahwasanya segala rintangan dan kesulitan yang terjadi dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk menjadikan Meera Attire sebagai bisnis *fashion* yang lebih baik lagi kedepannya.

Meera Attire merupakan bisnis *fashion* pakaian wanita yang mulai berjalan pada Juni 2020 lalu. Berikut merupakan hambatan dan kendala yang muncul dalam bisnis Meera Attire sejak 2 tahun yang lalu dan juga hambatan dan kendala yang muncul selama penulis melaksanakan tugas akhir pengembangan bisnis sebagai bagian pemasaran Meera Attire:

1. Belum adanya kampanye *sustainable fashion* pada bisnis Meera Attire.

Pada masa awal berdirinya bisnis Juni 2020, Meera Attire hanya sekedar bisnis pakaian biasa yang belum menerapkan konsep *sustainable* pada bisnisnya.

2. Konten produk tidak mendapatkan banyak penonton dan like.

Pada awal mulanya tahun 2020-2023 awal, Meera Attire hanya membuat konten produk yang asal-asalan dan tidak konsisten juga belum adanya kampanye tentang *sustainable* pada Meera Attire sehingga konten produknya tidak mendapatkan banyak penonton dan like.

3. *Live sale* di TikTok hanya sedikit yang menonton.

Penulis dalam upaya meningkatkan pemasaran memiliki ide untuk melakukan *live sale* di TikTok, namun pada saat melakukan *live sale* di TikTok tidak jarang hanya ada sedikit orang yang menonton dan berujung tidak mendapatkan hasil apa-apa.

4. Hanya sedikit yang membeli produk.

Dalam masa pelaksanaan pengembangan bisnis, tidak bisa dihindari ketika ada produk yang ternyata tidak disukai oleh konsumen sehingga hal ini berpengaruh pada penjualan.

5. Kurang berinteraksi dengan konsumen.

Interaksi adalah sebuah aspek penting dalam pemasaran karena interaksi dapat membuat terjalinnya hubungan dan kepercayaan konsumen ke produsen, namun sebelumnya Meera Attire dinilai masih kurang berinteraksi dengan konsumen.

6. Belum mempunyai studio pribadi.

Dalam pemasaran foto dan video produk menjadi aspek penting karena dengan adanya foto dan video produk kita dapat memberi tahu ke konsumen bagaimana wujud dari produk yang kita tawarkan. Studio pribadi dapat memudahkan pekerjaan saat mengambil foto dan video produk, namun saat ini Meera Attire masih belum mempunyai studio pribadi dan harus melakukan pengambilan foto dan video produk di tempat lain.

## **B. Tinjauan Teoritis Pemasaran**

Berikut penulis akan memaparkan beberapa tinjauan teoritis yang berkaitan dengan identifikasi masalah bagian pemasaran selama melaksanakan tugas akhir seperti bagaimana yang sudah penulis sebutkan sebelumnya agar nantinya para pembaca bisa memahami dengan mudah isi dari laporan penulis pada bagian pemasaran di bisnis *fashion* Meera Attire:

1. Pengertian *Marketing* (Pemasaran)

Pemasaran memiliki peran yang sangat vital dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan atau pengusaha harus mempunyai strategi yang memiliki tingkat efisien tinggi juga tepat sasaran yaitu untuk memenangkan target pasar sebesar mungkin, serta perlu adanya pengembangan pada strategi yang digunakan untuk pedoman agar dapat menjadikan bisnis tersebut mengembang pesat.

Menurut Kotler (2005), pemasaran adalah serangkaian aktivitas untuk mencapai tujuan organisasi dengan adanya antisipasi terhadap segala kebutuhan konsumen, serta mengkoordinasi mengalirnya suatu barang serta bisa memberi kepuasan pada konsumen. Oleh karena itu, pada dasarnya tujuan dasarnya yaitu tercapainya tujuan organisasi ataupun tujuan pada perusahaan. Hal ini dapat dicapai yaitu melalui berbagai upaya yang dilakukan yaitu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan mengupayakan untuk membuat barang yang sesuai dengan preferensi konsumen. Dengan adanya sebuah produk yang sesuai dengan preferensi konsumen maka akan diperlukannya sebuah pengaturan pada

aliran barang tersebut, maka untuk mewujudkan hal tersebut sangat diperlukan adanya strategi yang bagus.

## 2. Pengertian *Digital Marketing* (Pemasaran Melalui Internet)

Perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan dalam mendapatkan berita terkini dengan sangat cepat. Zaman sekarang pengembangan kreatifitas pada pemasaran ataupun penjualan juga dibantu oleh teknologi. Contohnya yaitu seperti penggunaan teknologi terbaru sangat meningkatkan efektifitas pada pemasaran produk, selain hal tersebut ada juga manfaat teknologi yaitu menjadikan manusia lebih cepat dalam menyelesaikan pekerjaannya.

(Sanjaya dan Tarigan, 2019) mengemukakan mengenai *digital marketing* yaitu sebuah aktivitas pada pemasaran sebuah produk yang dimana selalu melibatkan berbagai media di dalamnya yang dioperasikan oleh perusahaan tersebut. Misalnya yaitu media sosial seperti *blog*, *website*, *e-mail*, serta masih banyak lagi platform lainnya. Jadi sebuah proses juga pelaksanaan konsep yang mencakup suatu ide, promosi produk serta pemasaran prosuk tersebut itulah yang disebut sebagai *digital marketing*. Pada penjelasan ini sudah jelas digambarkan bahwa *digital marketing* merupakan sebuah upaya yang dilakukan baik untuk mendirikan, mengembangkan, ataupun mengelola hubungan sebuah hubungan timbal balik yang dapat menguntungkan anatara penjual dan pembeli. (Kleindl dan Burrow, 2015) (Heidrick dan Struggles, 2019).

## 3. Pengertian Kampanye Komunikasi

Leslie B. Snyder menyatakan bahwa "Kampanye komunikasi adalah tindakan komunikasi yang terorganisasi yang ditujukan kepada khalayak tertentu, dalam periode tertentu, dengan tujuan tertentu." Sebuah pesan-pesan saat kampanye dapat dibahas secara terbuka juga gagasan pokoknya tersebut menjadi sebuah dasar diadakannya kampanye tersebut untuk dikritisi. Kampanye yang terbuka seperti ini sangat memungkinkan, karena sebuah kampanye diadakan bertujuan untuk tercapainya kebaikan bersama.

Sebagian besar kampanye dilakukan didedikasikan untuk sebuah kepentingan ataupun untuk kesejahteraan bersama. Karena sifat dari kampanye adalah selalu terbuka dan pastinya tidak menyesatkan khalayak, jadi tidak perlu adanya pemaksaan agar mendapatkan simpati publik. Pada sebuah kampanye,



semua tindakan yang dilakukan yaitu sesuai dengan prinsip persuasi dimana semua melakukan dengan sukarela sesuai arahan pada anjuran, sehingga pada kampanye bisa dikatakan sebagai aksi nyata tindakan persuasi. Seperti yang diungkapkan oleh Perloff (1993), "Kampanye pada umumnya merupakan contoh dari tindakan persuasi".

#### 4. Pengertian Interaksi

Soekanto (2005: 64) menyatakan bahwa suatu bentuk umumnya dari sebuah proses sosial yaitu interaksi sosial, yang merupakan sebuah hubungan yaitu antara satu individu, beberapa kelompok manusia ataupun antara satu individu dengan kelompok manusia lainnya. Ketika ada pertemuan antara kedua orang tersebut, disitulah secara tidak langsung akan terjadi sebuah interaksi sosial, dimana dapat berupa sapaan ataupun berbicara bahkan juga sangat mungkin tidak ada sama sekali interaksi apabila tidak ada syarat yang terpenuhi.

Sebuah kontak sosial itu terdapat 2 jenis yaitu bisa bersifat positif ataupun juga bersifat negatif. Bersifat positif disini mengarah pada kerja sama, sementara yang bersifat negatif mengarah pada konflik atau bahkan tidak menghasilkan interaksi sosial sama sekali.

#### 5. Pengertian Inovasi

Hurley dan Hult menyatakan bahwa suatu inovasi pada sebuah produk merupakan sebuah bentuk adaptasi bagi perusahaan untuk menghadapi perkembangan zaman pada lingkungan tertentu. Maka perusahaan tersebut harus mampu untuk melahirkan sebuah pemikiran baru yaitu dengan cara mempromosikan produk baru yang inovatif dan juga sistem pelayanan yang maksimal supaya pelanggan merasakan kepuasan.

Kata "inovasi" atau "*innovation*" berasal dari bahasa Latin "*innovatio*" yang berarti "pembaharuan" atau "peremajaan," berdasarkan pada kata "*novus*" yang berarti "baru." Inovasi diartikan sebagai sebuah proses yang menghasilkan pengembangan pengetahuan serta keterampilan dan juga pengalaman yang berguna untuk menciptakan produk yang baru yang memiliki nilai tinggi terutama terhadap aspek-aspek ekonomi dan sosial.

### C. Pemecahan Masalah Pemasaran

Setelah mengetahui apa saja permasalahan yang muncul dari awal mula bisnis Meera Attire didirikan dan selama penulis melaksanakan tugas akhir pengembangan

bisnis sebagai bagian pemasaran, penulis berusaha menyelesaikan permasalahan yang terjadi di setiap kali ada permasalahan yang muncul.

Berikut adalah solusi-solusi yang dapat penulis lakukan dalam mengatasi hambatan dan masalah selama melaksanakan tugas akhir pengembangan bisnis:

1. Dalam mengatasi permasalahan terkait belum adanya kampanye *sustainable fashion* pada bisnis Meera Attire, Penulis pada program kerjanya selama pelaksanaan pengembangan bisnis telah melakukan upaya kampanye *sustainable fashion* di sosial media dengan cara memberitahukan dan memperkenalkan mengenai bahan baku produk, *packaging*, dan *thank you card* yang ramah lingkungan yang digunakan oleh bisnis Meera Attire.
2. Dalam mengatasi permasalahan terkait konten produk tidak mendapatkan banyak penonton dan like, penulis mencari tahu apa yang menyebabkan permasalahan ini muncul. Setelah dicari tahu, penulis menyadari bahwa hal ini terjadi karena konten yang dibuat oleh penulis masih belum menarik dan membosankan, oleh karena itu penulis berupaya untuk membuat konten yang lebih menarik dan kreatif lagi, juga tidak ketinggalan untuk mengikuti konten yang sedang *ngetrend* dan membuat kampanye tentang *sustainable fashion* pada Meera Attire melalui bahan, *packaging*, dan *thank you card* yang digunakan. Selain meningkatkan kualitas konten produk yang dibuat, penulis juga melakukan upaya memasang iklan di Instagram yang mana pemasangan iklan ini dilakukan setiap kali Meera Attire telah memproduksi produk baru.

Setelah penulis melakukan pemasangan iklan di Instagram, konten produk yang diunggah oleh penulis mendapat lebih banyak penonton dan juga like yang banyak. Tidak hanya sampai di situ, Meera Attire juga mendapat banyak pengikut baru dan juga berdampak positif pada penjualan produk yang meningkat.

3. Dalam mengatasi permasalahan terkait *live sale* di TikTok hanya sedikit yang menonton, penulis menyadari bahwasanya hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan tentang *live streaming* di aplikasi TikTok. Setelah penulis mengetahui tentang *tips and tricks* saat melakukan *live sale* di TikTok, menentukan jadwal jam tayang *live* merupakan salah satu aspek penting untuk mendapatkan banyak penonton ketika melakukan *live sale* di Tiktok.

Oleh karena itu, dalam mengatasi permasalahan ini, penulis dan anggota tim lainnya menjadwalkan ulang jam tayang *live sale* dan memilih waktu yang

prima untuk melakukan *live sale* di TikTok agar pada saat melakukan *live sale* bisa mendapatkan banyak penonton.

4. Dalam mengatasi permasalahan terkait tentang hanya ada sedikit pembeli yang membeli produk, penulis mencoba mencari tahu penyebab mengapa permasalahan tersebut dapat terjadi. Setelah penulis mencari tahu alasannya, ada beberapa alasan yang dapat disimpulkan seperti kurangnya inovasi pada produk yang dijual dan model yang kurang disukai oleh konsumen, juga kurangnya upaya pemasaran yang dilakukan.

Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis mencoba mencari jalan keluar dengan cara melakukan survei di sosial media yang bertujuan untuk mencari tahu tentang bagaimana produk yang konsumen inginkan dan sukai, setelah mendapatkan respon dari konsumen dan mengetahui bagaimana produk yang konsumen inginkan dan sukai maka setelahnya tim akan berdiskusi dan menentukan harus memproduksi produk yang seperti apa selanjutnya berdasarkan hasil survei tersebut.

Kemudian untuk mengatasi masalah pemasaran, penulis sebagai bagian pemasaran lebih sering lagi mengunggah konten produk Meera Attire di sosial media dan juga memasang iklan agar konten produk yang penulis buat tersebar semakin luas.

5. Dalam mengatasi permasalahan terkait kurangnya interaksi antara produsen dengan konsumen, penulis melakukan upaya seperti mengajak pengikut di Instagram melakukan tanya jawab, *voting*, menebak apa nama produk yang akan *launching* dan berapa harganya di kolom komentar agar terjalin interaksi antara Meera Attire dan konsumen
6. Dalam mengatasi permasalahan terkait belum mempunyai studio pribadi ini penulis mencari jalan keluar dengan cara melakukan pengambilan foto dan video produk di tempat umum yang sesuai dengan tema produk yang akan diambil foto dan videonya sebelum diedit dan diunggah di sosial media nantinya.

Berikut adalah tabel hasil dari penjualan produk-produk Meera Attire semasa tugas akhir pengembangan bisnis berjalan:

**Tabel 3.1** Hasil Penjualan

<b>Keterangan</b>	<b>Seya Kaftan</b>	<b>Samaya Blouse</b>	<b>Clayra Stevie Set</b>
<b>Jumlah Unit</b>	130	40	104
<b>Unit Terjual</b>	127	28	8
<b>Harga Jual</b>	Rp. 189.000	Rp. 84.000	Rp. 175.000
<b>Pendapatan</b>	Rp. 24.003.000	Rp. 2.352.000	Rp. 1.400.000

*Sumber: Penulis*

Semasa menjalankan tugas akhir pengembangan bisnis, Meera Attire telah memproduksi 3 jenis produk yaitu Seya Kaftan, Samaya Blouse, dan Clayra Stevie Set. Pada produksi produk pertamanya yaitu Seya Kaftan berjumlah 130 unit, dan telah terjual 127 dari 130 unit dengan harga Rp. 189.000 per-unitnya, dan mendapatkan total penjualan sebesar Rp. 24.003.000.

Kemudian produk kedua Meera Attire yaitu Samaya Blouse yang diproduksi sebanyak 40 unit telah terjual sebanyak 28 unit dengan harga masing-masing per-unit yaitu Rp. 84.000. Untuk pendapatan akhir pada produk kedua Meera Attire mendapatkan total penjualan sebesar Rp. 2.352.000

Lalu pada produk ketiga/terakhir Meera Attire adalah Clayra Stevie Set yang mana telah diproduksi sebanyak 104 unit, kemudian telah terjual sebanyak 8 unit yang memiliki harga jual Rp. 175.000 per-unitnya. Kemudian pada produk terakhir Meera Attire ini memiliki pendapatan akhir dari penjualannya sebesar Rp. 1.400.000.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dengan adanya pelaksanaan tugas pengembangan bisnis, dengan ini penulis dan teman-teman satu kelompok bisnis Meera Attire dapat merasakan pengalaman baru yang belum pernah dirasakan sebelumnya dan juga penulis dan teman-teman kelompok yang lainnya dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu yang sudah didapatkan semasa kuliah di jurusan Ekonomi Islam pada tugas akhir pengembangan bisnis ini.

Semasa menjalankan tugas akhir pengembangan bisnis penulis memiliki program kerja sebagai bagian pemasaran dalam bisnis Meera Attire yang mana penulis bertanggung jawab atas pemasaran produk. Adapun aktivitas-aktivitas yang penulis lakukan semasa menjadi bagian pemasaran di antaranya adalah melakukan survei produk, mengambil foto dan video produk, mengedit konten foto dan video produk, mengunggah konten foto dan video produk di sosial media (Instagram dan TikTok) dan *e-commerce* (Shopee), melakukan *live sale* di TikTok, dan memasang iklan produk di Instagram.

Pada pelaksanaan program kerja sebagai bagian pemasaran tentu saja penulis mendapatkan berbagai masalah dan hambatan yang tidak dapat dihindari seperti konten foto dan video produk yang diunggah ke sosial media tidak mendapat banyak penonton dan like, pada saat melakukan *live sale* di TikTok hanya ada sedikit orang yang menonton, kurangnya interaksi dengan konsumen, dan hanya sedikit penjualan yang masuk.

Adapun solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi permasalahan dan hambatan yang timbul pada saat pelaksanaan tugas akhir berlangsung adalah dengan cara melakukan survei untuk produk yang akan diproduksi selanjutnya berdasarkan apa yang sedang konsumen butuhkan dan sukai, membuat konten produk yang lebih kreatif dan menarik lagi, melakukan *live sale* pada jam yang tepat, dan lebih sering melakukan interaksi dengan konsumen melalui konten yang dibuat.

#### B. Saran

Sebelum menjalankan sebuah bisnis, sangat penting hukumnya untuk melakukan sebuah riset/survei terlebih dahulu, mengetahui target pasar, dan apa tujuan dari berdirinya sebuah bisnis karena hal ini merupakan sebuah langkah awal dan

patokan untuk menjalankan bisnis terutama pada masa pelaksanaan tugas akhir pengembangan bisnis ini.

Kemudian saran yang dapat diberikan oleh penulis di antaranya adalah agar untuk selalu melakukan inovasi di setiap proses pemasarannya, fokus dengan tujuan yang sudah dimulai sejak awal pelaksanaan untuk kebaikan dan keberlanjutan supaya nantinya bisnis ini kedepannya bisa terus berkembang ke arah yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, I., Wayan, I., Pratama, A., Hasan, S., Nur, A., Effendi, I., ... Wujarson, R. (n.d.). *GET PRESS GET PRESS GET PRESS Penulis: (Tinjauan Konseptual) (Tinjauan Konseptual) (Tinjauan Konseptual) Editor: Digital Digital Digital Marketing Marketing Marketing*. Retrieved from <http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL%20MARKETING.pdf>
- Indria Flowerina, & Marta, Z. (2018, June). Strategi Komunikasi Kampanye Produk Sosial Value dan Practices tentang Asi Eksklusif terhadap Target... Retrieved July 31, 2023, From Research Gate website: [https://www.researchgate.net/publication/334436421\\_Strategi\\_Komunikasi\\_Kampanye\\_Produk\\_Sosial\\_Value\\_dan\\_Practices\\_tentang\\_Asi\\_Eksklusif\\_terhadap\\_Target\\_Market\\_Pekerja](https://www.researchgate.net/publication/334436421_Strategi_Komunikasi_Kampanye_Produk_Sosial_Value_dan_Practices_tentang_Asi_Eksklusif_terhadap_Target_Market_Pekerja)
- Budiawan, W. (n.d.). *Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)*. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/198407-analisis-pengaruh-marketing-mix-7p-terha.pdf>
- Hamdali, R. N., & Melinda, T. (2021). Analisis Pengaruh Service Marketing Mix 7P Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kozko Digital Printing Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 37–49. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i1.316>
- Fiska, R., & N. (2021, October 14). Bahan Polyester: Pengertian, Karakteristik, Hingga Kelebihan dan Kekurangannya. Retrieved from <https://gramedia.com/best-seller/bahan-polyester/>
- Callista, S. (2023, Januari 12). Perilaku Konsumtif pada Generasi Milenial.
- Rizaty, M. A. (2022, Agustus 19). Industri Tekstil Kembali Melesat 13,74% pada kuartal II/2022. Pentingnya Pemasaran dan Konsep pemasaran. Universitas Lampung.
- Cahyani, A. (2022). Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Shopee Pada Kelurahan Mayang Mangurai Kecamatan Alam Barajo Jambi.

Alfaruq, N(2021). Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE

Saeed, Mohammad, Zafar U. Ahmed, dan Seda Masoda Mukhtar, “International Marketing Ethics an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach”, *Journal of Bisnis Ethics*, Vol. 32, No.2, 2001, hlm. 127.

Syed Ali Hussnain, “What Is Islamic Marketing”, *Global Journal of Management and Business Research*, Vol.11 No. 11, 2011.



## LAMPIRAN

### A. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran

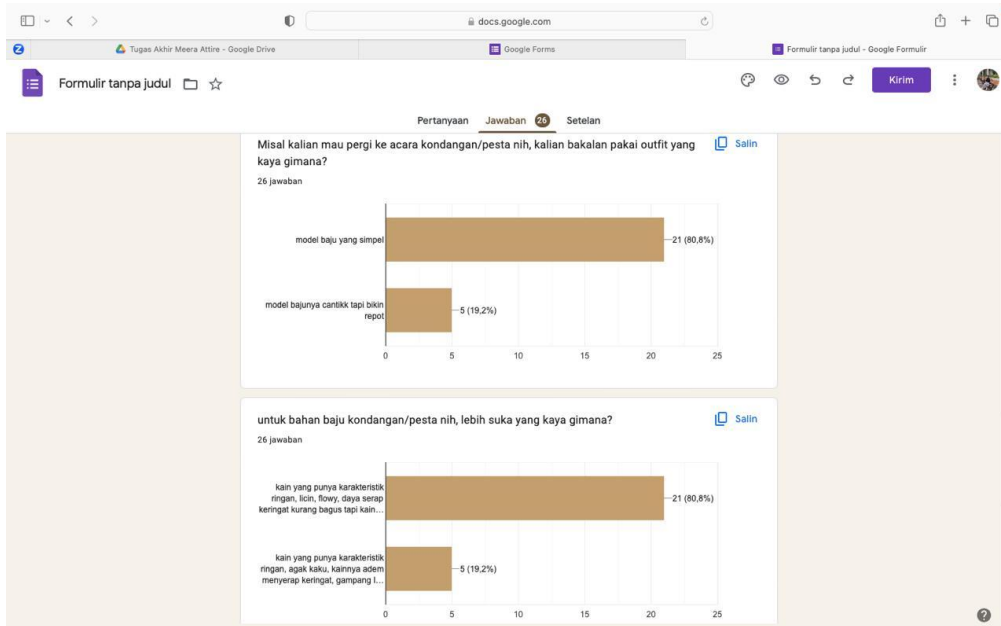
No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
<b>Minggu Ke - 1</b>						
1	20/03/2023		Diskusi dengan tim Meera Attire	Pembagian tugas perdivisi	4 Jam	
2	20/03/2023		Melakukan survei di sosial media	Mencari tahu produk seperti apa yang	5 Jam	
3	20/03/2023		Melakukan diskusi	Menentukan produk yang akan diproduksi	1 Jam	
4	21/03/2023		Mencari ide konten instastory untuk sneak peek	Mencari ide konten melalui media sosial	3 Jam	
5	21/03/2023		Mencari ide konten feed instagram untuk sneak	Mencari ide konten melalui media sosial	3 Jam	
6	21/03/2023		Mencari ide konten video reels & tiktok untuk	Mencari ide konten melalui media sosial	3 Jam	
7	22/03/2023		Mengambil video	Mengambil video untuk kebutuhan konten	4 Jam	
8	23/03/2023		Mencari ide games untuk di instastory	Mencari ide untuk bahan games di instastory	3 Jam	
9	23/03/2023		Mencari ide caption	Mencari ide caption untuk kebutuhan konten	3 Jam	
10	23/03/2023		Menjadwalkan konten	Membuat jadwal waktu pengunggahan	2 Jam	
11	24/03/2023		Mencari tempat pengambilan foto & video	Mencari tempat pengambilan foto & video	5 Jam	
12	24/03/2023		Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto &	Melakukan persiapan sebelum pengambilan	3 Jam	
					39 jam	
<b>Minggu Ke - 2</b>						
1	27/03/2023		Membuat akun shopee	Untuk memasarkan produk secara online	5 Jam	
2	27/03/2023		Mencari akun kompetitor lain untuk dijadikan	Menjadikan acuan sebagai perbandingan	4 Jam	
3	28/03/2023		Mencari ide hashtag yang akan digunakan saat	Agar postingan yang diunggah menjadi	3 Jam	
4	29/03/2023		Melakukan diskusi untuk membuat konten	Bertujuan agar konsumen tertarik dengan	5 Jam	
5	29/03/2023			Untuk membuat barang memiliki nilai jual	3 Jam	
6	30/03/2023		Mengambil foto & video produk untuk sneak	Foto & Video yang nantinya akan diunggah	4 Jam	
7	30/03/2023		Mengedit foto produk untuk sneak peek	Agar postingan yang diunggah menjadi	2 Jam	
8	30/03/2023		Mengedit video produk untuk sneak peek	Agar postingan yang diunggah menjadi	2 Jam	
9	30/03/2023		Melakukan riset untuk membuat konten plan		6 Jam	
10	31/03/2023		Menunggu persetujuan instagram ads	Melakukan instagram ads agar bisa	4 Jam	Rp. 300.000
11	31/03/2023			Membuat caption yang menarik	2 Jam	
12	31/03/2023		Mengunggah konten sneak peek di sosial media	Usaha agar dapat menjangkau lebih banyak	2 Jam	
13	01/04/2023		Mempersiapkan kebutuhan foto produk	Persiapan sebelum melakukan foto produk	2 Jam	
14	01/04/2023		Melakukan foto produk	Mengambil foto untuk konten di sosial	6 Jam 30 Menit	
					50 Jam 30 Menit	Rp. 300.000
<b>Minggu Ke - 3</b>						
1	04/04/2023		Melakukan survei	survei di instastory terkait produk seperti	5 Jam	
2	04/04/2023		Mengunggah konten instastory	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	3 Jam	
3	05/04/2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto produk sebelum diunggah	3 Jam	
4	05/04/2023		Mengedit video produk	Mengedit video produk sebelum diunggah	2 Jam	
5	05/04/2023		Membuat caption konten sosial media	Membuat caption untuk diunggah	3 Jam	
6	05/04/2023		Mengunggah konten harian	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	3 Jam	
7	05/04/2023		Melakukan diskusi dengan tim	Berdiskusi dengan tim untuk mengadakan	2 Jam	
8	06/04/2023		Melakukan games dengan followers di	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
9	06/04/2023		Mengunggah foto di feed instagram	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
10	06/04/2023		Mengunggah video di instastory, reels, tiktok	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	4 Jam	
11	07/04/2023		Mengunggah video di instastory, reels, tiktok	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	4 Jam	
12	08/04/2023		Melakukan evaluasi	Melakukan evaluasi kerja tim Meera Attire	4 Jam	
13	08/04/2023		Mencari ide konten baru untuk sosial media	Mencari inspirasi konten di sosial media	2 Jam	
14	08/04/2023		Mengunggah konten di instastory	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
15	08/04/2023		Melakukan live sale		4 Jam	
16	09/04/2023		Mengunggah konten games di instastory	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
17	09/04/2023		Mengedit konten video dibantu dengan bagian	Mengedit video sebelum diunggah ke	2 Jam	
18	09/04/2023		Melakukan foto produk	Foto produk yang akan dipasarkan di	2 Jam	
19	09/04/2023		Mengedit konten foto produk	Mengedit foto sebelum diunggah ke sosial	4 Jam	
20	09/04/2023		Membuat caption produk	Membuat caption untuk diunggah di sosial	2 Jam	
21	09/04/2023		Melakukan live sale		4 Jam	
					61 Jam	
<b>Minggu Ke - 4</b>						
1	10/04/2023		Mengunggah foto produk di feed ig	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	1 Jam	
2	10/04/2023		Membuat konten produk dibantu dengan bagian	Membuat konten sebelum di unggah ke	3 Jam	
3	10/04/2023		Mengunggah games di instastory	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
4	10/04/2023		Membalas chat customer	Membalas chat customer di sosial media	5 Jam	
5	10/04/2023		Melakukan live sale		4 Jam	
6	11/04/2023		Mengunggah konten video di reels	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	1 Jam	
7	11/04/2023		Mengunggah konten video di tiktok	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
8	11/04/2023		Mengunggah produk di shopee	Memasarkan produk melalui e-commerce	3 Jam	
9	11/04/2023		Membalas chat customer	Membalas chat customer di sosial media	5 Jam	
10	11/04/2023		Mengunggah instastory	Untuk menjangkau lebih banyak konsumen	2 Jam	
11	12/04/2023		Membalas chat customer	Membalas chat customer di sosial media	5 Jam	
12	12/04/2023		Melakukan live sale		4 Jam	
13	13/04/2023		Membalas chat customer	Membalas chat customer di sosial media	5 Jam	
			Mengambil video saat membagikan nasi box	Untuk diunggah di instastory agar	2 Jam	
					44 Jam	

No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
<b>Minggu Ke - 5</b>						
1	01-05-2023		Mengedit konten foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
2	01-05-2023		Mengedit konten video produk	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
3	01-05-2023		Mengunggah foto produk di feed instagram	Proses pengunggahan foto yang telah diedit	2 Jam	
4	02-05-2023		Mengunggah video produk di instastory	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
5	02-05-2023		Mengedit foto dan video produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	4 Jam	
6	02-05-2023		Membuat caption untuk sosial media	Membuat caption yang sesuai untuk	2 Jam	
7	02-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
8	03-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
9	03-05-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
10	03-05-2023		Membuat konten sneak peek produk baru	Membuat konten sneak peek produk	3 Jam	
11	04-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
12	04-05-2023		Mengunggah games di instastory	Melakukan interaksi dengan para pengikut	2 Jam	
13	04-05-2023		Mengaktifkan pemasaran melalui instagram	Mengaktifkan instagram ads agar dapat	1 Jam	Rp. 100.000
14	04-05-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
15	04-05-2023		Membuat konten sneak peek produk baru	Membuat konten sneak peek produk	3 Jam	
16	05-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
17	05-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
18	05-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
					45 Jam	Rp. 100.000
<b>No Tanggal Tambahan (minggu) Kegiatan Uraian Kegiatan Waktu Biaya</b>						
<b>Minggu Ke - 6 &amp; 7</b>						
1	08-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
2	08-05-2023		Mengedit konten video	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
3	08-05-2023		Mengunggah konten video di reels	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
4	08-05-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
5	08-05-2023		Mencari influencer untuk endorsement	Kerja sama dengan influencer agar produk	3 Jam	
6	08-05-2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	3 Jam	
7	08-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
8	09-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
9	09-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
10	09-05-2023		Membuat konten dibantu bagian riset &	Membuat konten produk yang akan	3 Jam	
11	09-05-2023		Mengunggah foto produk ke shopee	Proses pengunggahan foto yang telah diedit	2 Jam	
12	10-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
13	10-05-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
14	10-05-2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	1,5 Jam	
15	10-05-2023		Mengedit video produk	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
16	11-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
17	11-05-2023		Membuat konten sneak peek produk baru	Membuat konten sneak peek produk	2 Jam	
18	11-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
19	11-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
20	11-05-2023		Mengunggah konten video di reels instagram	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
21	12-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
22	12-05-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
23	12-05-2023		Melakukan foto produk baru	Mengambil foto produk terbaru sebelum	5 Jam	
24	12-05-2023		Mengedit konten produk baru	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
25	13-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
26	13-05-2023		Membuat konten produk baru dibantu bagian	Membuat konten produk terbaru Meera	3 Jam	
27	13-05-2023		Membuat caption untuk sosial media	Membuat caption yang sesuai untuk	1,5 Jam	
28	13-05-2023		Mengecek instagram ads	Melakukan pengecekan instagram ads	1 Jam	
					69 Jam	
<b>No Tanggal Tambahan (minggu) Kegiatan Uraian Kegiatan Waktu Biaya</b>						
<b>Minggu Ke - 8</b>						
1	15-05-2023		Melakukan evaluasi kinerja tim Meera Attire	Melakukan evaluasi kerja tim Meera Attire	2,5 Jam	
2	15-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
3	15-05-2023		Mencari ide konten baru	Mencari referensi ide konten sosial media	3 Jam	
4	16-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
5	16-05-2023		Mencari lokasi baru untuk pengambilan konten	Mencari referensi lokasi tempat untuk	1,5 Jam	
6	17-05-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
7	17-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
8	17-05-2023		Mengedit konten foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
9	17-05-2023		Mengunggah konten video tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
10	18-05-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
11	18-05-2023		Mengedit konten video	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
12	18-05-2023		Membuat caption untuk sosial media	Membuat caption yang sesuai untuk	3 Jam	
13	18-05-2023		Melakukan diskusi persiapan jumat berkah	Berdiskusi dengan tim untuk mengadakan	1 Jam	
14	19-05-2023		Membagikan nasi box untuk jumat berkah	Membagikan nasi box untuk orang yang	3 Jam	
15	19-05-2023		Melakukan foto produk di outdoor	Mengambil foto produk sebelum nantinya	6 Jam	
16	19-05-2023		Membuat konten media sosial	Membuat konten produk yang akan	3 Jam	
					41 Jam	

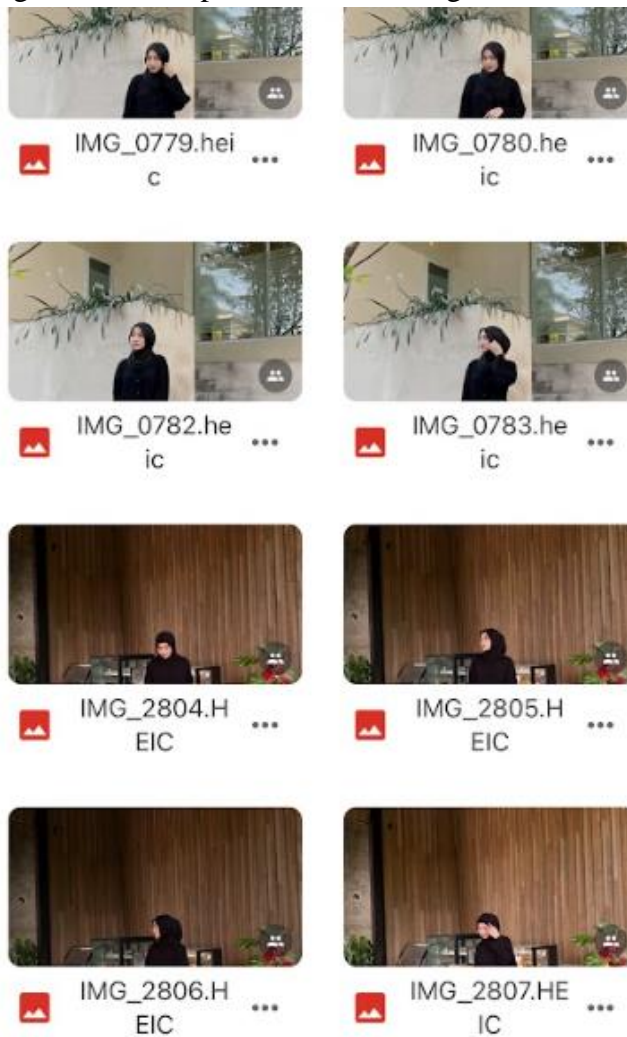
No	Tanggal	Tambahan (minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
<b>Minggu Ke - 9</b>						
1	12-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
2	12-06-2023		Mengambil konten foto dan video saat ikut	Membuat bagian dari konten yang akan	3 Jam	
3	12-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
4	13-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
5	13-06-2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
6	13-06-2023		Mengedit video produk	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
7	13-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
8	13-06-2023		Membuat caption untuk sosial media	Membuat caption yang sesuai untuk	1,5 Jam	
9	14-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
10	14-06-2023		Mengunggah games di instastory	Melakukan interaksi dengan para pengikut	3 Jam	
11	14-06-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
12	14-06-2023		Mengunggah foto produk di feed instagram	Proses pengunggahan foto yang telah diedit	2 Jam	
13	14-06-2023		Mengecek instagram ads	Melakukan pengecekan instagram ads	1 Jam	Rp. 150.000
14	15-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
15	15-06-2023		Membuat konten reels Instagram dibantu	Membuat konten produk yang akan	3 Jam	
16	15-06-2023		Melakukan diskusi untuk menentukan sasaran	Ngobrol dengan bagian riset untuk	3,5 Jam	
17	15-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
18	15-06-2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
19	15-06-2023		Mengedit video produk	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
20	15-06-2023		Membuat caption untuk sosial media	Membuat caption yang sesuai untuk	3 Jam	
21	16-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
22	16-06-2023		Mengunggah foto produk di feed instagram	Proses pengunggahan foto yang telah diedit	2 Jam	
23	16-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
24	16-06-2023		Mengunggah konten video di tiktok	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
					58 Jam	Rp. 150.000
<b>Minggu Ke - 10</b>						
1	19-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
2	19-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
3	19-06-2023		Melakukan foto produk	Mengambil foto produk terbaru sebelum	6 Jam	
4	19-06-2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
5	20-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
6	20-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
7	21-06-2023		Mengunggah konten video	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
8	21-06-2023		Mengedit foto produk	Mengedit foto agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
9	23-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
					28 Jam	
<b>Minggu Ke - 11</b>						
1	26-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
2	26-06-2023		Mengunggah foto produk di feed instagram	Proses pengunggahan foto yang telah diedit	2 Jam	
3	26-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
4	27-06-2023		Mencari ide konten baru	Mencari referensi ide konten sosial media	3 Jam	
5	27-06-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
6	27-06-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
7	27-06-2023		Mencari ide konten baru	Mencari referensi ide konten sosial media	3 Jam	
8	30-06-2023		Membuat caption sosial media	Membuat caption yang sesuai untuk	3 Jam	
9	30-06-2023		Mengedit konten video produk	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	4 Jam	
10	30-06-2023		Melakukan diskusi untuk mengadakan jumat	Berdiskusi dengan tim untuk mengadakan	1 Jam	
11	30-06-2023		Melakukan foto produk	Mengambil foto produk terbaru sebelum	6 Jam	
12	01-07-2023		Membagikan nasi box untuk jumat berkah	Membagikan nasi box untuk orang yang	3 Jam	
13	01-07-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
14	02-07-2023		Mengaktifkan instagram ads	Mengaktifkan instagram ads agar dapat	1 Jam	Rp. 350.000
15	02-07-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
					44 Jam	Rp. 350.000
<b>Minggu Ke - 12</b>						
1	03-07-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
2	03-07-2023		Mengedit foto produk	Mengambil foto produk terbaru sebelum	2 Jam	
3	03-07-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
4	04-07-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
5	04-07-2023		Mengedit konten video	Mengedit video agar hasilnya lebih bagus	2 Jam	
6	04-07-2023		Update stok produk dengan bagian produksi	Menyerahkan jumlah stok produk untuk	2 Jam	
7	04-07-2023		Mengunggah produk di shopee	Proses pengunggahan foto yang telah diedit	2 Jam	
8	05-07-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
9	05-07-2023		Melakukan foto produk	Mengambil foto produk terbaru sebelum	6 Jam	
10	05-07-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
11	06-07-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
12	06-07-2023		Mengunggah konten video	Proses pengunggahan video yang telah	2 Jam	
13	07-07-2023		Mengunggah instastory	Mengunggah foto/video produk di	2 Jam	
14	07-07-2023		Melakukan evaluasi	Melakukan evaluasi kerja tim Meera Attire	2 Jam 30 Menit	
15	07-07-2023		Melakukan live sale	Melakukan penjualan live sale di tiktok	4 Jam	
					40 Jam 30 Menit	

## B. Bukti Laporan Kegiatan

### 1. Melakukan survei di sosial media terkait produk apa yang akan diproduksi



### 2. Melakukan pengambilan foto produk di luar ruangan





3. Melakukan pengambilan video produk di luar ruangan



4. Melakukan pengeditan kecerahan foto produk



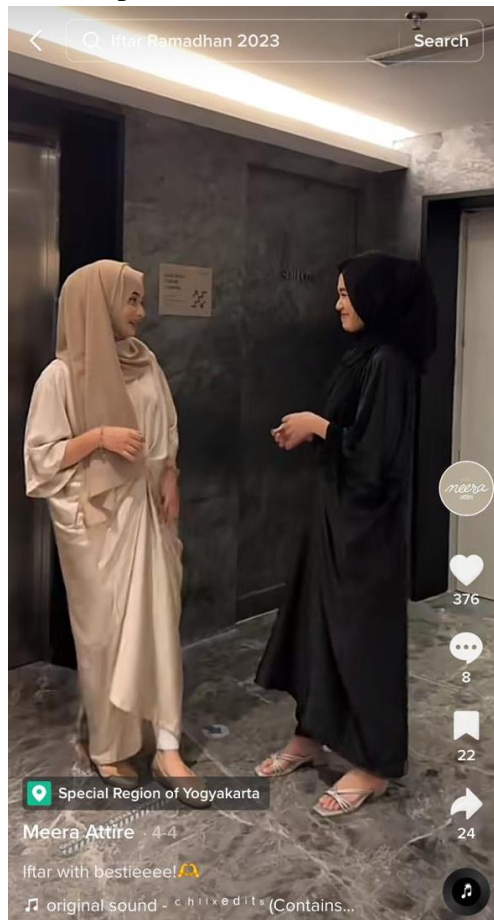
5. Melakukan pengeditan video untuk konten produk



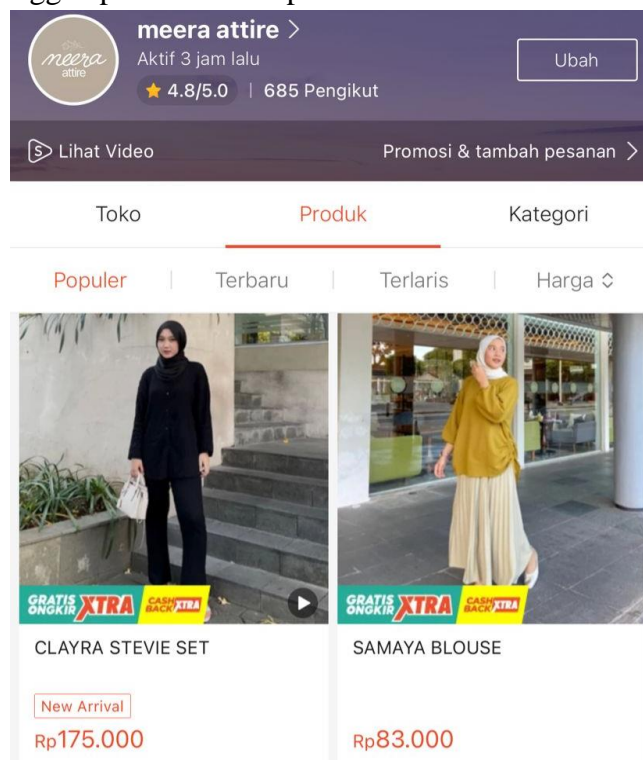
6. Mengunggah konten produk di Instagram *story*



## 7. Mengunggah konten produk di TikTok



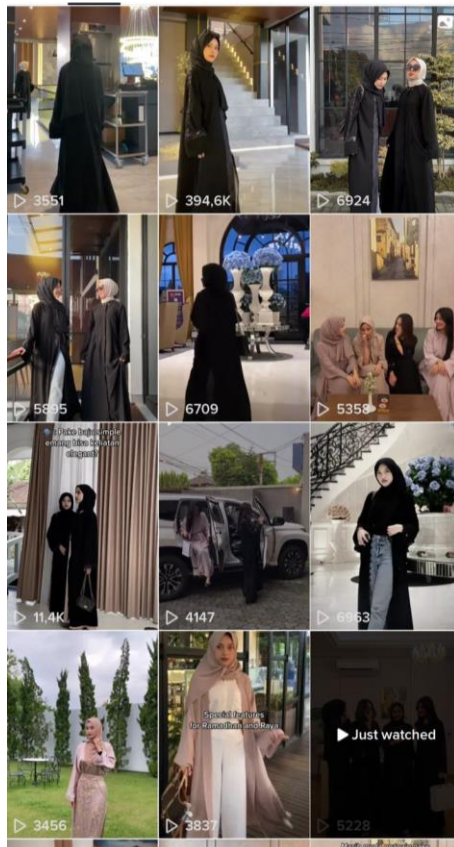
## 8. Mengunggah produk ke Shopee



9. Melakukan *live sale* di TikTok



10. Mencari inspirasi konten yang akan dibuat





## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Balai Riam pada tanggal 10 Agustus 2001 sebagai anak ke-dua dari 3 (tiga) bersaudara dari pasangan Sujitno dan Asih Amiatun. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jalan Suprpto XII No. 81 Sampit, Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah. Hp: 082110217797. Alamat Email [larasdwiwiyari@gmail.com](mailto:larasdwiwiyari@gmail.com). Pendidikan SMA ditempuh di SMA Negeri 1 Sampit, lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam UII, penulis telah melaksanakan praktik kerja lapangan sebagai tim *online* di perusahaan Rumah Warna selama 3 bulan. Penulis juga memiliki hobi membuat cincin dan gelang dari manik-manik yang juga dijual secara online melalui akun Instagram @drOpthebeads.

LAMPIRAN FOTO KEGIATAN







