

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM
MEMPERTAHANKAN BISNIS PRODUK MASKER KAIN DI ERA
PANDEMIC COVID-19
(STUDI KASUS TOKO MASKER PICANOS, LEDUG PURWOKERTO)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk memenuhi salah satu syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

SHOFIYANI YUSUF

NIM. 1817201159

**PRODI EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Shofiyani Yusuf**

NIM : 1817201159

Jenjang : S1

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Bisnis Produk Masker Kain Di Era Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Toko Masker Picanos, Ledug Purwokerto)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Purwokerto, 07 Juni 2022
Yang Menyatakan



Shofiyani Yusuf
NIM. 181720159



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM
MEMPERTAHANKAN BISNIS PRODUK MASKER KAIN
DI ERA PANDEMI COVID-19
(STUDI KASUS TOKO MASKER PICANOS, LEDUG PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Shofiyani Yusuf NIM. 1817201159** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **15 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimul, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si
NIDN. 2009039301

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Purwokerto, 22 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara Shofiyani Yusuf, NIM. 1817201159 yang berjudul :

Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Bisnis Produk Masker Kain Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Masker Picanos, Ledug Purwokerto).

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E)

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 07 Juni 2022
Pembimbing



Sofia Yustiani S, M.Si
NIP. 197807162009012006

MOTO

“Tidak ada kata berhasil sebelum kita melewati ujian”



**Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Bisnis
Produk Masker Kain Di Era Pandemi Covid-19
(Studi Kasus Toko Masker Picanos, Ledug Purwokerto)**

Shofiyani Yusuf

NIM. 1817201159

E-mail : shofiyusuf10@gmail.com

**Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Syariah adalah suatu ilmu kedisiplinan dalam bisnis yang bertujuan pada penciptaan, penawaran, perubahan nilai yang bersifat menyeluruh melalui metode yang telah ditentukan berdasarkan prinsip nilai-nilai syariah islami. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan sebuah perusahaan atau pabrik secara menyeluruh. Pada dasarnya, bagi umat Islam Nabi Muhammad SAW telah mengajarkan kita bagaimana sistem pemasaran Islami. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk bisa mempertahankan usaha bisnis produk masker di era pandemic covid-19 supaya bisa tetap terus berjalan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran syariah yang diterapkan pada Toko Masker Picanos, Ledug Purwokerto dan lebih khususnya pada penerapan syariah dalam mempertahankan bisnis produk masker selama pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu studi yang diterapkan dengan pendeskripsian dari kasus yang dihasilkan dengan menggunakan kata-kata yang jelas. Sumber data yang digunakan adalah dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder yang mana menjelaskan terkait hasil yang didapatkan. Metode pengumpulan pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam uji keabsahan data pada penelitian ini adalah menggunakan uji Perpanjangan pengamatan, Triangulasi sumber, Triangulasi teknik dan Penambahan Referensi yang kemudian dari uji tersebut telah memberikan kejelasan bahwa data ini telah sesuai.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penerapan strategi pemasaran syariah dalam mempertahankan bisnis produk masker kain sudah dikatakan baik. Walaupun berbeda dari tingkat penjualan tahun 2020 mengalami kenaikan drastis dengan tahun selanjutnya mengalami penurunan. Namun Toko Picanos ini mampu meningkatkan kembali walaupun tidak melonjak daripada tahun 2020 pada saat pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Syariah, Bisnis, Covid-19

**Implementation Of Sharia Marketing Strategy in Maintaining The Cloth
Mask Product Business In The Era Of The Covid-19 Pandemic
(Case Study of Picanos Mask Shop, Ledug Purwokerto)**

Shofiyani Yusuf

NIM. 1817201159

E-mail : shofiyusuf10@gmail.com

**Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

Sharia Marketing Strategy is a discipline in business that aims at creating, offering, changing values that are comprehensive through predetermined methods based on the principles of Islamic sharia values. Marketing strategy can be seen as one of the bases used in planning a company or factory as a whole. Basically, for Muslims the Prophet Muhammad SAW has taught us how to use an Islamic marketing system. In this research, the aim is to be able to maintain the mask product business in the era of the covid-19 pandemic so that it can continue to run.

This study aims to find out how the sharia marketing strategy is applied to the Picanos Mask Shop, Ledug Purwokerto and more specifically the implementation of sharia in maintaining the mask product business during the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative research method, which is an applied study with a description of the resulting case using clear words. The data sources used are primary and secondary data sources which explain the results obtained. The collection method in this study uses interview, observation and documentation techniques. In testing the validity of the data in this study, using the observation extension test, source triangulation, technique triangulation and reference additions, which later on from these tests have provided clarity that this data is appropriate.

From the results of research that has been carried out the application of sharia marketing strategies in maintaining the cloth mask product business has been said to be good. Although different from the level of sales in 2020, it experienced a drastic increase with the following year experiencing a decline. However, this Picanos Shop was able to increase again even though it did not increase compared to 2020 during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, Business, Covid-19

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata yang digunakan pada skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Kata Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H	ha (dengan titik diatas)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	ze (dengan titik diatas)
ر	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan garis dibawah)
ض	D"ad	D	de (dengan garis dibawah)
ط	Ta	T	te (dengan garis dibawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan garis dibawah)
ع	"ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf'	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ة	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	Iddah
-----	---------	-------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	ج زى ة	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	--------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan kata h.

كرامة اللؤلؤ لى اء	Ditulis	Karamah al-auliya'
--------------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, atau dhammah ditulis dengan t

زكاة فطر	Ditulis	Zakat al-fitr
----------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

	Fathah	Ditulis	A
	Kasrah	Ditulis	I
	Dhamah	Ditulis	U

5. **Vokal Panjang**

1	Fathah + Alif	Ditulis	A
	ج اهل ية	Ditulis	Jahiliyah
2	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	نن س	Ditulis	Tansa
3	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	ك ر ي م	Ditulis	Karim
4	Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
	ن ر ل ؤ ظ	Ditulis	Furud'

6. **Vokal Rangkap**

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	ب ي ن ك م	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	ق و ل	Ditulis	Qaul

7. **Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan aposrof**

ا ا ن ت م	Ditulis	A'antum
ا ع د ت	Ditulis	U'iddat

8. **Kata sandang Alif + lam**

a. Bila diikuti dengan huruf qomariyyah

ا ل ق ل ل ي ا س	Ditulis	Al-qiyas
-----------------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

ا ل س م ا ء	Ditulis	As-sama'
-------------	---------	----------

9. **Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذ و ي ال ف ر و ض	Ditulis	Zawi al-furud
------------------	---------	---------------

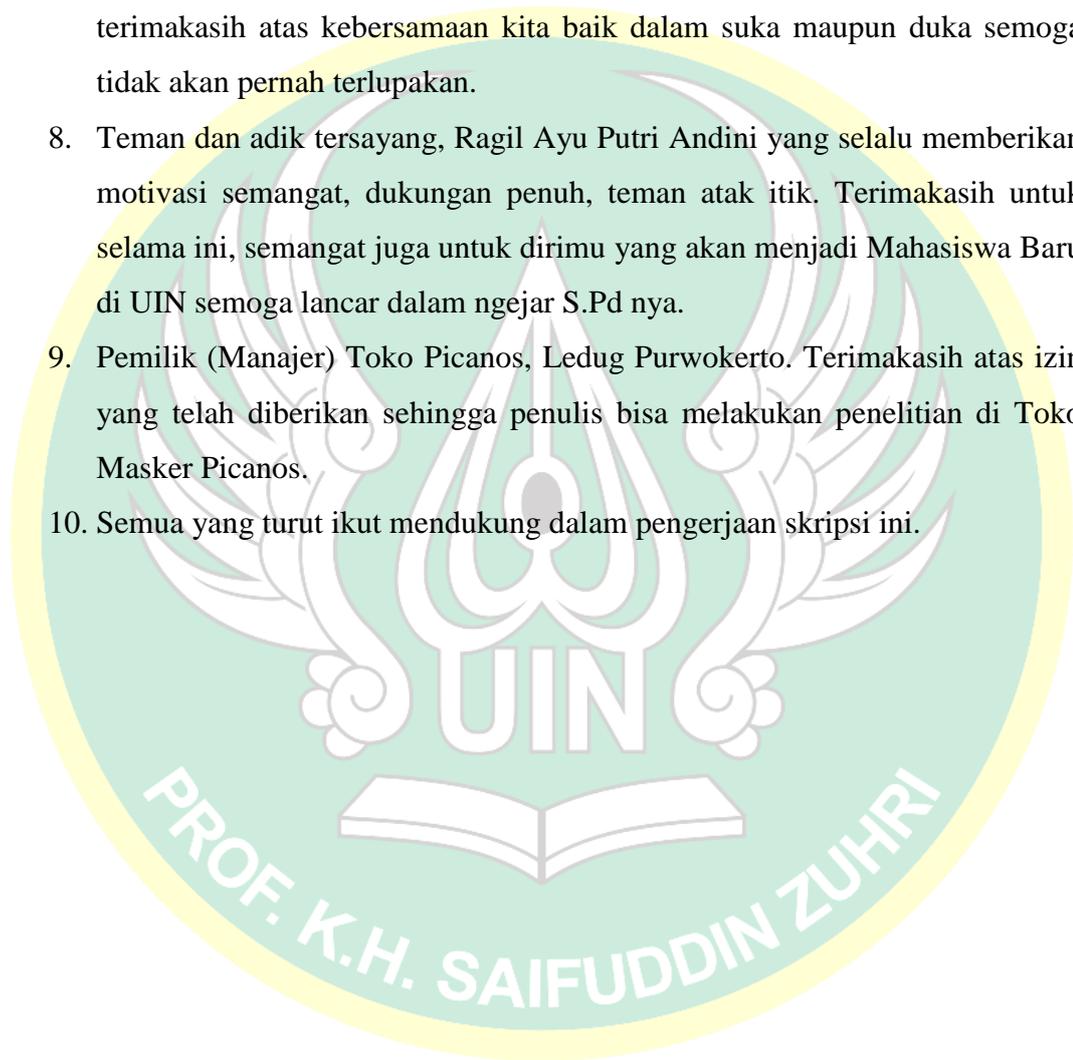
PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat kehidupan, hidayah, dan kesempatan untuk bisa terus belajar
2. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Waryono M. Yusuf dan Ibu Siti Chalimah yang sudah memberikan dukungan, memberikan seluruh perhatian yang dicurahkan, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat digantikan dengan apapun, serta doa terbaik yang selalu dipanjatkan. Semoga Allah SWT, membalas kebaikan bapak dan ibu dengan kebahagiaan, senantiasa selalu diberikan perlindungan, diberikan umur yang panjang dan keberkahan.
3. Kakak dan keponakan tercinta, Muasif dan Ferawati serta Adek Shaera yang selalu memberikan keceriaan, dukungan yang penuh, semangat, serta motivasi dan doa yang dipanjatkan. Semoga Allah SWT kita selalu menjadi orang yang baik, berguna untuk kedua orangtua, agama, bangsa dan negara.
4. Kakek dan Nenek tercinta, Alm. Mbah H. Rouf Masykur dan Almh. Mbah Yatinah, Eyang Tirah dan Alm. Eyang Sodikin, yang selalu memberikan dukungan yang penuh, motivasi, serta kasih sayang selama masa hidupnya. Semoga Allah SWT memberikan kelapangan kubur dan diampuni segala dosanya.
5. Teman terbaik dan tercinta, Lina Rahmawati, Feni Slamet, Chomsatun Harofah, Nina Agustin, dan Indriana Fira yang selalu memberikan motivasi semangat, selalu membantu dalam hal kesulitan serta selalu mendengarkan keluh kesah selama perjuangan skripsi dengan penuh kasih sayang. Terimakasih telah menjadi teman hidup terbaik yang selalu memberikan warna warni di hari-hari ku. Semoga selalu tetap terjalin tali persaudaraan yang baik.
6. Teman-teman fillah, Umi Salamah yang selalu mengisi waktu aku selama perskripsian dengan memberikan motivasi semangat, selalu membantu

ketika kesulitan, pendengar keluh kesah serta teman kuliner dalam mengisi waktu-waktuku selama skripsian ini. Terimakasih telah menjadi teman yang baik, semangat juga skripsinya untuk dirimu yang jauh disana semoga cepat gelar S.Ag nya cantik semoga tali persaudaraan kita selalu baik dan berjalan hingga kelak tua nanti.

7. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah D angkatan 2018, terimakasih atas kebersamaan kita baik dalam suka maupun duka semoga tidak akan pernah terlupakan.
8. Teman dan adik tersayang, Ragil Ayu Putri Andini yang selalu memberikan motivasi semangat, dukungan penuh, teman atak itik. Terimakasih untuk selama ini, semangat juga untuk dirimu yang akan menjadi Mahasiswa Baru di UIN semoga lancar dalam ngejar S.Pd nya.
9. Pemilik (Manajer) Toko Picanos, Ledug Purwokerto. Terimakasih atas izin yang telah diberikan sehingga penulis bisa melakukan penelitian di Toko Masker Picanos.
10. Semua yang turut ikut mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum. Wr. Wb

Alhamdulillah penyusun panjatkan atas limpahan rahmat, hidayah dan ridho Allah SWT, sehingga penyusun dapat menyusun skripsi ini dengan yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Bisnis Produk Masker Kain Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Masker Picanos, Ledug Purwokerto)”. Selama proses penyusunan skripsi banyak pihak-pihak yang sudah memberikan dukungan berupa tenaga dan pemikiran baik moril maupun materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun dengan kerendahan hati mengatur rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang selalu senantiasa memberikan rahmat dan perlindungan.
2. Prof. K.H Moh. Roqib, M.Ag. Selaku Rektor UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Atabik, M.Ag. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. In Solikhin, M.Ag. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E. M.S.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih telah membimbing dengan penuh kesabaran dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Profesor Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan kemudahan dalam proses administrasi dan pelayanan.
10. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Waryono M. Yusuf dan Ibu Siti Chalimah yang sudah memberikan dukungan, memberikan seluruh perhatian yang dicurahkan, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat digantikan dengan apapun, serta doa terbaik yang selalu dipanjatkan. Semoga Allah SWT, membalas kebaikan bapak dan ibu dengan kebahagiaan, senantiasa selalu diberikan perlindungan, diberikan umur yang panjang dan keberkahan.
11. Kakek dan Nenek tercinta, Alm. Mbah H. Rouf Masykur dan Almh. Mbah Yatinah, Eyang Tirah dan Alm. Eyang Sodikin, yang selalu memberikan dukungan yang penuh, motivasi, serta kasih sayang selama masa hidupnya. Semoga Allah SWT memberikan kelapangan kubur dan diampuni segala dosanya.
12. Teman terbaik dan tercinta, Lina Rahmawati, Feni Slamet, Chomsatun Harofah, Nina Agustin, dan Indriana Fira yang selalu memberikan motivasi semangat, selalu membantu dalam hal kesulitan serta selalu mendengarkan keluh kesah selama perjuangan skripsi dengan penuh kasih sayang. Terimakasih telah menjadi teman hidup terbaik yang selalu memberikan warna warni di hari-hari ku. Semoga selalu tetap terjalin tali persaudaraan yang baik.
13. Teman-teman fillah, Umi Salamah yang selalu mengisi waktu aku selama perskripsian dengan memberikan motivasi semangat, selalu membantu ketika kesulitan, pendengar keluh kesah serta teman kuliner dalam mengisi waktu-waktuku selama skripsian ini. Terimakasih telah menjadi teman yang baik, semangat juga skripsinya untuk dirimu yang

jauh disana semoga cepat gelar S.Ag nya cantik semoga tali persaudaraan kita selalu baik dan berjalan hingga kelak tua nanti.

14. Pemilik (Manajer) Toko Picanos, Ledug Purwokerto. Terimakasih atas izin yang telah diberikan sehingga penulis bisa melakukan penelitian di Toko Masker Picanos.
15. Semua pihak yang bersangkutan dalam skripsi ini.

Semoga Allah melimpahkan karuania dan nikmat-Nya kepada kita semua. Penyusun menyadari bahwa penelitian skripsi ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penyusun mohon maaf dan mengharapkan kritikan membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti sendiri khususnya.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Purwokerto, 07 Juni 2022



Shofiyani Yusuf
NIM.1817201159

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Dan Manfaat Masalah.....	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran Syariah.....	14
B. Bisnis.....	20
C. Covid-19	21
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	23
B. Jenis Penelitian	23
C. Sumber Data	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24

E. Teknik Analisis Data	25
F. Teknik Keabsahan Data	26

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum.....	28
1. Sejarah dan Profil Toko Picanos.....	28
B. Struktur Organisasi Toko Picanos	30
C. Strategi Pemasaran Syariah Toko Picanos.....	33
D. Kendala-kendala	49

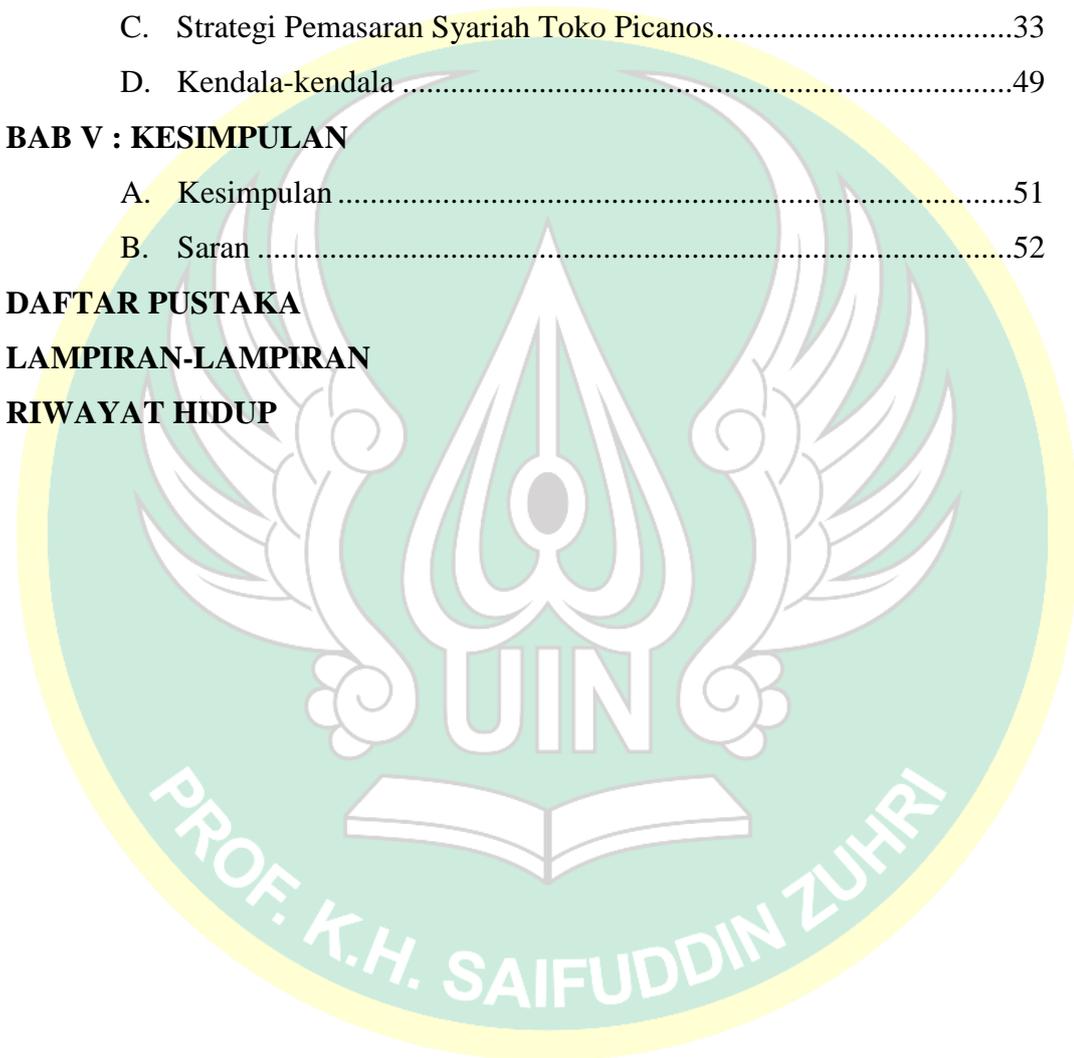
BAB V : KESIMPULAN

A. Kesimpulan	51
B. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Data Penjualan Toko Masker Picanos Tahun 2017-2020.....	4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	12



DAFTAR GAMBAR

Tabel 1 Struktur Organisasi Toko Masker Picanos.....	31
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Observasi Penelitian.....	56
Lampiran 2 Kuesioner Wawancara Narasumber	61
Lampiran 3 Hasil Wawancara Narasumber	63
Lampiran 4 Surat Bimbingan Skripsi.....	69
Lampiran 5 Surat Ketersediaan Pembimbing	70
Lampiran 6 Sertifikat BTA PPI	71
Lampiran 7 SKL Seminar Proposal	72
Lampiran 8 SKL Komprehensif.....	73
Lampiran 9 Sertifikat PPL	74
Lampiran 10 Sertifikat KKN.....	75
Lampiran 11 Sertifikat PBM.....	76
Lampiran 12 Sertifikat Aplikom	77
Lampiran 13 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab	78
Lampiran 14 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris.....	79





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada akhir tahun 2019, masyarakat dikejutkan terhadap wabah virus corona-19. Wabah ini awalnya berada di suatu wilayah yakni di Wuhan tepatnya di Negara China. Wabah virus ini menjadikan kekhawatiran bagi wilayah Wuhan sehingga menyebabkan banyak penduduk China yang menjadi korban jiwa dari virus ini. Ketika tahun 2020, virus ini telah diberitakan sudah menjalar ke Negara Indonesia. Dalam berita ini lah membuat masyarakat Indonesia mengalami kepanikan, sehingga pemerintah menerapkan aturan kebijakan pada beberapa sektor untuk menghindari penyebaran virus tersebut. Kebijakan aturan yang dilakukan salah satunya adalah menggunakan pemberlakuan sistem PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar. Sistem kebijakan ini awal mula dilakukan pada tanggal 10 April 2020 yang diberlakukan di Jakarta serta dilakukan berbagai wilayah di Indonesia. Terkait hal tersebut dilaksanakan dalam upaya akselerasi penanganan Covid-19. (Ristyawati, 2020)

Terdapat beberapa sektor yang terkena dampak adanya virus wabah ini khususnya di sektor ekonomi. Ekonomi suatu negara yang sebaiknya semakin tinggi namun malah mengalami pemerosotan perekonomian. Namun berbeda dengan bisnis produk masker pada saat itu. Sebab peluang bisnis masker kain pada saat itu justru dikatakan paling banyak diminati karena dilihat dari pentingnya dalam penggunaan masker pada era COVID-19. Dalam kepentingan pemanfaatan pemakaian masker kain adalah sebagai alat komunikasi yang efektif, serta upaya untuk mengatasi penularan wabah virus covid-19. Pada masa pandemic saat itu, banyak masyarakat yang merasa kesulitan mendapatkan masker medis, karena begitu melonjaknya kebutuhan masker bagi para medis khusus Covid-19. (Yuanita & Diba, 2021)

Strategi Pemasaran memiliki peranan khusus dalam upaya pencapaian keberhasilan Apabila suatu perusahaan bisa menerapkan strategi tersebut tentu

dapat mempertahankan dan menambah penjualan produk atau jasa yang akan diproduksi. Dalam menetapkan strategi pemasaran yang baik melalui pemanfaatan peluang penambahan penjualan produk maka posisi atau kedudukan perusahaan yang berada di pasar dapat ditingkatkan penambahannya dan juga mempertahankannya. Berdasarkan pendapat lain menjelaskan bahwasannya strategi pemasaran adalah suatu cara dalam mendapatkan keberhasilan dalam bersaing yang berkesinambungan baik itu kepada perusahaan yang memproduksi barang dan jasa. Strategi Pemasaran dapat dilihat sebagai salah satu dasar yang digunakan dalam susunan rencana perusahaan secara menyeluruh yang dijadikan sebagai pedoman bagi segmen perusahaan dalam melakukan kegiatannya. (Arifin & Wibowo, 2015)

Hal yang fundamental dan yang dibutuhkan dalam taktik penerapan strategi pemasaran syariah yaitu bagaimana cara perusahaan dalam mempertahankan produk di era pandemic covid-19 saat ini. Seperti halnya dengan penerapan bersikap jujur dan adil dalam sistem pemasaran syariah, serta produk yang diproduksi bisa menarik perhatian para pelanggan. Maka dari itu dapat disimpulkan pentingnya dalam produk bertahan dengan penerapan melalui prespektif islam.

Dalam sudut pandang syariah, bisnis dijadikan sebagai poin usaha adalah salah satu kewajiban yang perlu dilaksanakan oleh setiap individu yang beriman dalam upaya mempersiapkan kehidupannya yang lebih baik nantinya. (Hardiyanto, 2020). Sebagaimana dalam firman Allah SWT yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَفُومُونَ إِلَّا كَمَا يُفُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
 إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ
 إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ وَأَمْرُهُ

Artinya :

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari

Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (Q.S Al-Baqarah : 275).

Dari bacaan ayat diatas dijelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan bagimu jual beli dan mengharamkan bagimu riba, sebagai salah satu upaya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Pemasaran syariah merupakan aktivis dalam kegiatan berbisnis yang berwujud dalam penciptaan nilai (value), yang dilandasi atas sifat dasar jujur, ikhlas, adil serta terbuka sesuai dengan metode prinsip akad dalam muamalah aspek syariah atau perjanjian transaksi bisnis syariah. (Tamamudin, 2014)

Pada observasi awal pada Picanos store, Picanos Store merupakan toko home industri usaha kerajinan masker kain yang terletak di daerah Ledug Purwokerto. Berdasarkan hasil observasi sebelum adanya pandemi covid-19, diketahui bahwa perkembangan pada usaha kerajinan masker kain (Picanos Store) semakin meningkat. Dari sini dapat dicermati bahwa Toko Picanos Store mulanya pendirian pada tahun 2017 sampai saat ini. Selain itu, kerajinan masker kain yang diproduksi di toko masker picanos merupakan hasil kerajinan tangan sendiri. Pada saat pandemi Covid-19, masker picanos justru mengalami peningkatan yang drastis dikarenakan banyaknya permintaan serta adanya kurangnya fasilitas masker kain di masyarakat yang sedang dilanda pandemi covid yang melonjak pula. Begitu juga seiring berjalannya waktu masker kain picanos mengalami penurunan yang disebabkan karena berkurangnya permintaan dari konsumen. Media yang digunakan toko ini adalah melalui media online karena dianggap lebih mudah.

Picanos Store merupakan salah satu toko usaha masker kain di Purwokerto yang mengalami peningkatan pendapatan sangat drastis karena adanya wabah virus covid-19. Hal tersebut dibuktikan dengan tabel sederhana terhadap adanya peningkatan pada penjualan masker kain yaitu sebagai berikut :

DATA PENJUALAN MASKER KAIN SEBELUM COVID-19
Tahun 2017-2019

Bulan	Tahun 2017	
	Jumlah produk yang dibeli/perlusin	Total Penjualan
Januari	200 lusin	Rp 57.600.000.00
Februari	200 lusin	Rp 57.600.000.00
Maret	230 lusin	Rp 71.760.000.00
April	200 lusin	Rp 57.600.000.00
Mei	220 lusin	Rp 63.360.000.00
Juni	220 lusin	Rp 63.360.000.00
Juli	220 lusin	Rp 63.360.000.00
Agustus	230 lusin	Rp 71.760.000.00
September	240 lusin	Rp 74.880.000.00
Oktober	230 lusin	Rp 71.760.000.00
November	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Desember	200 lusin	Rp 57.600.000.00

Sumber : Toko Masker Picanos

Bulan	Tahun 2018	
	Jumlah produk yang dibeli/perlusin	Total Penjualan
Januari	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Februari	240 lusin	Rp 74.880.000.00
Maret	260 lusin	Rp 81.120.000.00
April	260 lusin	Rp 81.120.000.00
Mei	230 lusin	Rp 71.760.000.00
Juni	245 lusin	Rp 75.300.000.00
Juli	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Agustus	250 lusin	Rp 76.000.000.00
September	245 lusin	Rp 75.300.000.00
Oktober	245 lusin	Rp 75.300.000.00
November	245 lusin	Rp 75.300.000.00
Desember	250 lusin	Rp 78.000.000.00

Sumber : Toko Masker Picanos

Bulan	Tahun 2019	
	Jumlah produk yang dibeli/perlusin	Total Penjualan
Januari	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Februari	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Maret	230 lusin	Rp 71.760.000.00
April	200 lusin	Rp 57.600.000.00
Mei	220 lusin	Rp 63.360.000.00
Juni	245 lusin	Rp 75.300.000.00
Juli	245 lusin	Rp 75.300.000.00
Agustus	245 lusin	Rp 75.300.000.00
September	240 lusin	Rp 74.880.000.00
Oktober	230 lusin	Rp 71.760.000.00
November	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Desember	250 lusin	Rp 76.000.000.00

Sumber : Toko Masker Picanos

DATA PENJUALAN MASKER KAIN PADA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020

Bulan	Tahun 2020	
	Jumlah produk yang dibeli/perlusin	Total Penjualan
Januari	600 lusin	Rp 350.000.000.00
Februari	600 lusin	Rp 350.000.000.00
Maret	600 lusin	Rp 350.000.000.00
April	600 lusin	Rp 350.000.000.00
Mei	600 lusin	Rp 350.000.000.00
Juni	600 lusin	Rp 350.000.000.00
Juli	600 lusin	Rp 350.000.000.00
Agustus	580 lusin	Rp 334.080.000.00
September	571 lusin	Rp 239.820.000.00
Oktober	550 lusin	Rp 231.000.000.00
November	250 lusin	Rp 76.000.000.00
Desember	230 lusin	Rp 71.760.000.00

Sumber : Toko Masker Picanos (Masa Pandemi)

Melihat pada data penjualan masker kain ini, dapat disimpulkan adanya peningkatan penjualan yang sangat tinggi pada tahun 2020 pada

produk masker kain ini. Hal ini terjadi adanya dampak penyebaran Covid-19 yang mengakibatkan banyaknya konsumen mencari produk ini. strategi yang dilakukan Picanos disini yaitu terkait penerapan kreativitas pada produk seperti penambahan jenis produk masker Namun seiring waktu penjualan pada masker kain ini mengalami penurunan, disebabkan permintaan konsumen menurun serta penyebaran virus covid-19 juga mulai menurun karena sudah banyaknya orang yang melakukan vaksin. Selain itu juga kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh Picanos Store. Maka dari itu, Picanos store melakukan adanya antisipasi dengan melakukannya penerapan Strategi kembali yang kelak akan membantu mempertahankan bisnis produk masker kain ini tetap berjalan serta penjualan supaya akan tetap stabil melalui prespektif syariah.

Strategi Pemasaran Syariah yang digunakan di Picanos Store yakni terkait penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, dengan berlandaskan kejujuran, kecerdasan/ ketrampilan, tanggungjawab serta kepercayaan. Dalam buku Syariah Marketing tahun 2006 oleh Muhammad Syakir Sula tentang strategi pemasaran syariah menjelaskan bahwa pemasaran syariah merupakan suatu disiplin berbisnis strategis yang memberikan petunjuk dalam proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator terhadap stakholdernya, yang dalam penyeluruhan proses sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam sistem syariah.

Adapun penerapan yang akan diterapkan pada penelitian ini yaitu melalui strategi pemasaran syariah pada penerapan berbisnis Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad, telah memerintahkan berbagai hal yang dianjurkan pada sistem perdagangan seperti halnya untuk dianjurkan berbisnis dengan cara yang jujur, halal, dan professional. Abu Sa'ad meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW, pernah berkata "Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan dimasukkan pada golongan para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada." (H.R Tirmidzi). Berbeda pada penelitian yang telah dilakukan oleh Vivit Wirdahayu dalam skripsinya yang berjudul Strategi Pemasaran Syariah

Bisnis Online Shop Dalam Menghadapi Adanya Pandemic Covid-19 di kalangan Mahasiswa IAIN Tulungagung. Penelitian ini membahas tentang penerapan strategi pemasaran syariah pada dampak permasalahan perekonomian pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini didahului dengan melihat kondisi sektor ekonomi (bisnis online) pada masa covid-19 saat itu. Hal ini perlu dikembangkan sebagai pola dasar pada strategi pemasaran syariah di era pandemic saat ini.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, bahwa penulis tertarik sehingga bermaksud untuk melaksanakan penelitian yang bertujuan untuk memahami terkait strategi pemasaran syariah yang digunakan dalam upaya mempertahankan bisnis produk masker kain di Picanos Store. Oleh karena itu peneliti berniat mengambil judul “PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS PRODUK MASKER KAIN DI ERA PANDEMI COVID-19”

B. Definisi Operasional

Peneliti akan menelaah terkait istilah kata yang akan diperlukan supaya tidak mengalami perbedaan dalam penafsiran serta meneruskan arahan, tujuan dan juga apa yang akan diraih dalam penelitian ini, meliputi :

1. Strategi Pemasaran Syariah

Strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai keberhasilan keunggulan dalam bersaing yang berkelanjutan baik kepada perusahaan yang produksi barang dan jasa. Dalam strategi pemasaran juga bisa dikatakan apabila salah satu cara atau taktik yang dapat dilakukan kepada usahawan yang akan memproduksi dalam pencapaian tujuan yang diharapkan. (Wibowo & Sunarti, 2015). Sedangkan pengertian strategi pemasaran syariah merupakan suatu kedisiplinan pada bisnis yang memberikan tujuan pada usaha proses penciptaan, penawaran, serta perubahan nilai / *value* pada suatu inisiator untuk stakeholdernya yang dalam penyeluruhannya melalui metode yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip muamalah islami nya.

2. Produk

Produk merupakan suatu segala hal yang bisa ditawarkan untuk seseorang yang bisa bermanfaat dalam kepuasan kebutuhan dan yang diharapkan oleh konsumen. Dimana pada penciptaan produk masker kain itu harus bisa bersifat nyata / pasti antara kegunaan dan peran yang baik.

3. Masker kain

Masker kain adalah biasanya sering digunakan oleh kalangan masyarakat umum karena pemakaiannya yang nyaman dan efektif berbeda dengan masker medis. Pemanfaatan masker kain ini sangat dianjurkan dimana sebagai meminimalisir adanya penyebaran wabah virus corona-19.

4. Covid-19

Corona virus adalah varian virus baru yang terkenal saat ini. Pada seseorang yang terkena virus tersebut biasanya memiliki kurun waktu mulai 2 hari hingga 2 minggu setelah deskripsi yang jelas. Seseorang yang terkena virus ini biasanya memiliki ciri-ciri khusus seperti gangguan pernafasan berat misalnya, panas demam, flu, sesak nafas dan juga batuk. Dalam kasus ini juga tidak boleh dianggap remeh karena termasuk resiko dari kematian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dihadapi Picanos Store maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah pada bisnis produk masker kain di Picanos store di era pandemic covid-19 hingga saat ini?
2. Apa saja kendala yang akan dihadapi Picanos Store dalam penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam upaya mempertahankan produk di era pandemic covid-19?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk memahami dan menentukan strategi pemasaran syariah yang efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualan produksi masker kain di Picanos Store di era pandemi Covid-19 hingga saat ini.
2. Untuk memprediksi dan mengeksplorasi kendala yang terjadi dalam strategi pesaing produksi masker kain di Picanos Store pada sebelum Covid-19 dan hingga saat ini.

Ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Secara Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan peneliti dapat dapat dijadikan bahan masukan atau referensi dalam melaksanakan penelitian selanjutnya tentang strategi pemasaran syariah dalam dunia akademik.

2. Secara Umum

Hasil penelitian diharapkan dapat membentuk sebuah saran atau analisis dari perkembangan terkait strategi pemasaran syariah pada masker kain era pandemic covid-19

E. Kajian Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan sebuah aktivitas yang memperjelas, mencermati, membahas terkait pengetahuan atau aspek lain yang ada guna mendapatkan sesuatu yang ada maupun yang tidak ada. Adapun terkait penelitian terdahulu adalah :

1. Vivit Wirdahayu (2021), IAIN Tulungagung. Skripsi dengan Judul : Strategi Pemasaran Syariah Bisnis Sistem Online Shop Dalam Mengatasi Adanya Pandemic *Covid-19* di Kalangan Mahasiswa IAIN Tulungagung. Penelitian skripsi ini membahas tentang penerapan strategi pemasaran syariah pada dampak permasalahan perekonomian pasca pandemi *Covid-19*. Penelitian ini didahului dengan melihat kondisi sektor ekonomi (bisnis online) pada masa *covid-19* saat itu. Dengan adanya permasalahan ini maka dilakukan strategi pemasaran syariah sebagai landasan penerapan apa yang dilakukan pada pihak usaha bisnis. Dari usaha ini ada beberapa akibat yang dialami di masa pandemic *covid-19* misalnya adanya semakin

rendahnya jumlah permintaan dari konsumen yang kemudian menyebabkan penurunan jumlah perolehan pendapatan yang didapatkan. Kemudian hasil dari pemecahan permasalahan ini adalah dilakukannya penerapan strategi pemasaran syariah yang disesuaikan dengan pembaharuan pemasaran 4P di masa pandemic *covid-19* yang dialami seperti menciptakan kualitas yang baik untuk produk yang akan dipasarkan, melaksanakan media promosi dengan berbagai event yang diadakan seperti halnya potongan harga, diskon, dan lain-lain.

2. Ana Widya Puspitasari & Renny Oktafia. (2020). Dengan judul : Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada UD. Sumber Abadi Kec. Gedangan Sidoarjo. Dalam penelitian ini mempunyai dua rumusan permasalahan yaitu tentang analisis strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan pangsa pasar dan juga dampak dari analisis tersebut. Tujuan dari untuk mengetahui analisis dan dampak pada strategi pemasaran syariah untuk peningkatan pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Strategi pemasaran yang digunakan pada UD. Sumber Abadi dalam meningkatkan pangsa pasar (market share) yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix). Dari hasil penelitian, strategi pada Sumber Abadi ini sudah dilakukan sesuai dengan prinsip syariah meskipun belum sepenuhnya. Strategi pemasaran yang digunakan pada UD. Sumber Abadi dalam meningkatkan pangsa pasar (market share) yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Serta dalam penerapannya tersebut juga sudah cukup bisa dikatakan baik seperti telah memiliki kualitas yang baik. (Puspitasari & Oktafia, 2020)
3. Ferry Andika (2012), Studi Ekonomi Islam FAI-UIKA Bogor. Dengan judul: Analisa strategi marketing gumati café dalam meningkatkan konsumen menurut prespekif islam. Dalam penelitian ini terdapat 2 rumusan masalah yaitu strategi apa yang digunakan dalam meningkatkan konsumen dan implemntasi pada strategi pemasarannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan

dan penerapan model yang digunakan pada Gumati Cafe dalam meningkatkan konsumennya. Hasil penelitian ini yakni dalam perkembangannya Gumati Café semakin banyak diminati konsumen dikarenakan *service excellent* yang diberikan baik dari layanan maupun fasilitasnya yang menjanjikan kenyamanan dan kepuasan. (Andika, 2012)

4. Nurul Mubarak (2017), UIN Raden Patah Palembang. Dengan judul strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana upaya untuk menarik minat masyarakat/calon konsumen agar mau berbelanja agar dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli/konsumen di tempat tersebut. Hasil dari perumusan masalah ini dari perspektif strategi pemasaran Islami, Butik Calista telah sesuai menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran Islami dan telah menjalankan konten Islami yang terdiri atas tiga hal pokok pertama yaitu pertama, karakteristik pemasaran Islami; kedua, penerapan etika bisnis Islami; ketiga, mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu : Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh. (Mubarak, 2017)
5. Chusnul & Choirun. (2019), Universitas Nurul Jadid Probolinggo. Dengan judul penelitian : Pemasaran Syariah berbantuan media sosial: kontestasi strategi peningkatan daya jual. Permasalahan yang ada pada penelitian ini adalah terkait apa cara yang harus dilakukan pada peningkatan daya jual melalui cara penggunaan media sosial dalam sistem pemasarannya. Tujuan dari penelitian ini yakni lebih terkait hal supaya bisa dapat memikat para konsumen untuk peningkatan jual beli yang diperoleh nantinya. Dalam pembahasan akhir yang dilakukan dijelaskan bahwa mempunyai 3 perumahan diantaranya, Sakinah Recidence, Griya Mega Sakinah dan terakhir Mutiara Sakinah. Berdasarkan strategi pemasaran yang dilaksanakan PT Karya Cipta Sakinah lebih mengutamakan aspek-aspek islami yang diantaranya promosi, produk, harga, dan lainnya yang tidak berlandaskan unsur penipuan. (Muali & Nisa, 2019)

Tabel I
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Perbedaan	Persamaan
1.	Vivit Wirdahayu, (2021) Skripsi IAIN Tulungagung	Strategi Pemasaran Syariah Bisnis Online Shop Dalam Mengadapi Pandemic Covid-19 di kalangan Mahasiswa IAIN Tulungagung.	Tempat Penelitian	Sama menggunakan strategi pemasaran syariah, dan menggunakan penelitian kualitatif
2.	Ana Widya Puspitasari & Renny Oktafia. Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 11, No. 2, (2020)	Analisis Strategi Pemasaran Syariah untuk peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif UD. Sumber Abadi Kec. Gedangan Sidoarjo.	Tempat dan variabel yang diteliti	Sama menggunakan strategi pemasaran syariah
3.	Ferry Andika, Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq Vol.3 No.1 Maret 2012	Analisa Strategi Marketing Gumati Café dalam Meningkatkan Konsumen menurut prespektif Islam.	Tempat, variabel yang diteliti	Sama menggunakan konsep marketing syariah berdasarkan ajaran pada Rasulullah SAW sebagai entrepreneur muslim.
4.	Nurul Mubarak. I-Economic Vol.3. No 1. Juni 2017	Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista	Tempat, variabel yang diteliti	Sama penerapan marketing syariah
5.	Chusnul Muali ¹ , Khoirun Nisa ² . Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 5 No. 2 April 2019	Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial : Kontestasi strategis peningkatan daya jual.	Perbedaan pada penelitian oleh chusnul bahwa perusahaan juga menyediakan angsuran cicilan/kredit melalui media sosial.	Sama-sama menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial dan dengan pemasaran prespektif syariah

F. Sistematika Pembahasan

Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti dalam penelitian yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek atau objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dengan menggunakan objek dan data penelitian yang sudah dikumpulkan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang menyangkut dengan penelitian yang telah diteliti oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Syariah

Menurut bahasa, arti strategi adalah *Strategeia* dari bahasa Yunani yang artinya status militer atau pemimpin) yang bisa menjadikan seorang jenderal dalam kepemimpinan. Selain itu, kata pemasaran diambil dari kata pasar, atau dapat disebut pada bahasa tradisional “ tempat orang jual beli “. Pengertian pemasaran menurut penjelasan dari Kotler bahwa pemasaran merupakan suatu proses dimana terdapat aktivitas-aktivitas yang terdorong dari beberapa faktor yang ada. (Kotler & Keller, 2008)

Menurut pendapat Kotler, dalam sistem sebuah perbisnisan dan organisasi, strategi pemasaran dikatakan mempunyai fungsi yang penting dalam membantu nilai (*value*) dalam perekonomian perusahaan baik pada jasa dan harga dalam suatu produk. Strategi pemasaran adalah suatu pendekatan yang bisa dipergunakan oleh suatu bisnis dimana sebagai pencapaian suatu produk yang sudah ditetapkan. Seperti halnya kunci ketetapan pada pasar sasaran, positioning pasar, pembaruan dalam pasar, dan lainnya. Maka dari itu, bisa dijelaskan bahwa strategi pemasaran mencakup proses dalam pengambilan ketetapan dalam pembiayaan pasar, distribusi, pembaharuan pemasaran. (Kotler, 2014)

Menurut pendapat Marrus, strategi adalah sebagai suatu proses ketetapan dalam merencanakan pada para pemimpin yang lebih difokuskan tujuan jangka panjang dalam suatu organisasi yang dibarengi dengan menyusun suatu cara strategi atau bagaimana supaya tujuan tersebut bisa dapat dicapai. (Dirgantoro, 2001)

Dalam keterkaitan strategi dapat dilihat dari program yang akan dilakukan aktivitas-aktivitas dalam organisasi untuk meraih rencana dalam keberhasilan melalui perencanaan yang dilakukan dengan gugatan yang ada. Kata lain strategi dikatakan sebagai gugatan dalam suatu organisasi kepada setiap daerahnya setiap harinya. Penjelasan ini memiliki arti yaitu setiap

organisasi yang ada pasti memiliki sebuah perencanaan strategi yang akan dilakukan meskipun tidak diperjelas secara detail, sebab strategi terus-menerus pada ancaman dan resiko yang terdapat pada suatu perusahaan. Beberapa strategi yang harus dilakukan untuk meraih keberhasilan dalam persaingan yaitu manajemen. (Anggraini, 2008).

Dalam pencapaian perolehan yang optimal strategi pemasaran memiliki ruang lingkup yang luas dalam bidang pemasaran diantaranya strategi dalam menghadapi persaingan, strategi produk, strategi promosi, strategi harga, dan strategi tempat. Adapun pembaruan pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu *Produk, Price, Place, Promotion*. Berikut adalah penjelasannya :

1. *Product* (Produk)

Menurut Kotler, Product merupakan segala sesuatu yang mana ditawarkan penjual terkait produk yang akan dipasarkan yang kemudian bisa memberi kepuasan dan keinginan tersendiri.

2. *Price* (Harga)

Harga menurut Philip Kotler adalah sejumlah uang yang memiliki nilai tukar dengan tujuan bisa mendapat laba (keuntungan) atau menggunakan pada produk barang dan jasa.

3. *Place* (Tempat)

Tempat adalah beberapa kegiatan aktivitas yang digunakan oleh perusahaan dalam membuat rencana produk yang didapatkan dan terdapat pada pembeli sasaran/target.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan bentuk strategi komunikasi dalam marketing, yang dalam kegiatan aktivitasnya pemasaran yang berupaya untuk menginformasikan informasi, yang dapat berpengaruh serta dapat mengingatkan sasaran pasar pada suatu perusahaan dan produknya dapat menerima, membeli dan loyal produk yang ditawarkan pada yang ada.

Di dalam strategi juga harus ada kegiatan atau cara yang harus dicapai demi mencapai tujuan tertentu dalam sebuah perusahaan. Dan

dalam cara tersebut tentu berbelok-belok, namun ada pula yang lancar dilaksanakan. (Kasmir, 2006)

Adapun pendapat menurut Swasta dan Irawan menjelaskan bahwa pemasaran / penjualan adalah suatu proses rencana, tujuan, serta pengawasan setiap personal selling yang mana diantaranya ada penarikan, kelengkapan, pemilihan dan penentuan jalan, transaksi dan motivasi dalam tugas yang telah ditugaskan oleh para bidang di penjualan. (Cummins, 2010) Berikut dijelaskan ada lima cara / strategi yang dapat dilakukan dalam memasarkan produk dan jasanya :

- a. Penjualan personal (*personal selling*)
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- c. Iklan (*advertising*)
- d. Pemasaran secara langsung (*direct marketing*)
- e. Public

Berdasarkan faktor yang ada yang telah dijelaskan bisa menyebabkan keterkaitan terhadap setiap individunya dan juga kelompok yang bisa memberikan pemenuhan kebutuhan dan pengharapan untuk menciptakan, menawarkan, dan mengalihkan kepada yang lain yang memiliki nilai komoditas. (Gunawan K. , 2017)

Strategi Pemasaran juga diartikan sebagai suatu jalan upaya dalam meraih kelebihan pada persaingan yang memiliki keterkaitan dalam memproses barang atau jasa. Strategi pemasaran lebih dilihat pada penerapannya dalam menjalankan suatu usaha UMKM, atau yang membantu memperlancar UMKM secara menyeluruh. Apabila ada permasalahan yang ada pada suatu bisnis tentunya harus mempunyai rencana pemasaran sebagai prinsip dalam kegiatan UMKM. Masalah yang biasa kita jumpai diantaranya yaitu seperti adanya kelemahan pada sistem promosi. Strategi yang biasanya dipakai adalah pada penerapan media sosial sebagai bahan promosi usaha bisnis. Jadi, bisa kita rangkai bahwa penelitian ini mempunyai sketsa dalam perencanaan strategi pemasaran

dalam memajukan daya saing yang baik supaya bisa mengetahui terkait bagaimana strategi pemasaran yang sedang dilaksanakan. (Arifien, 2019)

Pengertian Pemasaran menurut syariah merupakan suatu karakter muamalah yang dipertahankan. Selama pada proses pembayaran yang dilakukan sesuai dengan syariah yang ada dan tentunya terjaga. Adapun pada pendapat lain menurut Kartajaya dan Sula Syariah pemasaran merupakan suatu hal ilmu usaha yang memfokuskan proses penciptaan, perubahan nilai, dan penawaran terhadap stakeholdernya yang dalam penyeluruhannya sesuai dengan ikrar atau akad dan juga prinsip-prinsip usaha bisnis menurut syariah. Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula pada bukunya “Marketing Syariah” yang membahas terkait penerapan pemasaran syariah pada zaman Nabi Muhammad SAW, sikap sebagai pemasar, usaha dengan menurut aspek syariah dan pemasaran syariahnya. Selain itu, di buku ini juga diuraikan bahwa sekarang ekonomi syariah mulai berkembang dengan menjadi suatu pilihan bagi masyarakat. (Kartajaya & Sula, 2006)

Tujuan penerapan strategi pemasaran syariah adalah untuk kemaslahatan umat manusia, karena Allah SWT menurunkan perintah maupun larangan agar tetap terjaga pada keseimbangan dalam kehidupan dan manusia memperoleh kemaslahatan bagi dirinya juga.

Telah diajarkan kepada Rasulullah SAW mengenai cara berjalan sesuai dengan syariat islam. Dalam islam telah melarang tindakan yang batil pada kegiatan perdagangan. Sebagaimana firman Allah SWT :

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

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh

dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepada kalian.” (Q.S An-Nisa ayat 29)

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan bahwa Allah SWT, telah mengutus selalu bekerja keras dalam mencukupi kebutuhannya. Seperti berjualan yang sesuai pada syariat islam. Pada aspek strategi pemasaran syariah mempunyai letak yang cukup strategi, dimana pada marketing syariah ini berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah. (Nurcholifah, 2014)

Berdasarkan pada ketentuan ilmu fikih juga menjelaskan “ Al – ashlu fil muamalah al-ibadah illa ayyadulla dalilun ala tahrimiha” yang dalam bentuknya muamalah bisa dilaksanakan, melainkan jika ada hadis dalil yang menjelaskan ketidakbolehannya. Hal ini disimpulkan pemasaran syariah adalah suatu cara atau proses yang dimana pada penawaran, penciptaan dan juga pergantian / perubahan nilai yang tidak bisa memiliki keterkaitan pada akad serta muamalah dalam islam. Dalam pembahasan tersebut, maka bisa ditanggung serta dalam penyimpanan pilar muamalah dalam islam yang tidak bisa pada pembiayaan dalam pemasaran yang bisa dilakukan. Karena Allah SWT, menyadarkan supaya bisa mengatasi dari perbuatan kejam / zalim pada usaha bisnis khususnya pada aspek pemasaran. (Tim Penerjemah Al-Qur'an, 2008).

Telah diterangkan dalam firman Allah SWT, pada Surah Shaad : 24 yang artinya : Daud berkata, “sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh, dan amat sedikitlah mereka ini”. dan beliau telah memahami bahwa saat ini kami sedang memeriksa, sehingga ia memohon ampun terhadap Tuhannya dengan bersujud dan bertaubat. (Q.S Surah Shaad : 24)

Menurut pendapat Yusuf Qhardhawi mengenai strategi pemasaran adalah suatu hal kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu aktivitas berwirausaha pada bentuk penciptaan nilai yang semua orang bisa

melaksanakannya, dan kemanfaatan yang berpondasi keadilan, kejujuran, keterbukaan serta, kesukarelaan pada cara prinsip muamalah dalam islam. (Qardawi, 1997). Strategi pemasaran syariah juga harus merumuskan suatu manajemen strategi dalam mengenali kelemahan dan kekuatan internal dibandingkan dengan peluang (*opportunity*), treat (tantangan), maka dari itu bisa mewujudkan dan memastikan strategi yang harus dilakukan pada suatu organisasi. Dalam aspek ekonomi akan bisa menetapkan harga barang dan jasa. Adapun hal penting yang harus dilakukan dalam penciptaan *value* adalah pembuatan produk atau produksi, dipasarkan dan dikonsumsi. Pemasaran juga dikatakan sebagai penyatu antara konsumsi dan produksi (penggunaan dan pembuatan).

Pada Ekonomi Islam tentu harus dilandaskan pada sikap keikhlasan yang mana hanya semata-mata karena Allah SWT bukan karna hal lain serta harus dikaitkan dengan ibadah kepada Allah SWT. Ada beberapa sikap yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW yang telah berhasil dalam menjalankan bisnisnya yaitu :

- a. Shidiq (jujur atau benar), Nabi Muhammad selalu menerapkan sikap jujur nya dalam menjalankan bisnis yang dilakukan pada memberikan informasi terkait dagangnya.
- b. Tabligh (komunikatif), sebagai seorang pemasar harus bisa menampilkan sikap komunikatifnya khususnya dalam penyampaian keunggulan-keunggulan dalam produknya.
- c. Amanah (dapat dipercaya atau bertanggungjawab), Nabi Muhammad SAW pernah bersabda bahwa dengan bersikap amanah maka rezeki akan mudah tertarik dan sebaliknya kekafiran akan memudahkan jalan pada kekafiran. “ (HR Al-Dailami)
- d. Fatonah (cerdas), seorang pemimpin harus bisa bersikap cerdas khususnya bagi seorang pembisnis yang nantinya harus bisa memegang keseluruhan dalam bisnisnya.

Dari hadist yang diriwayatkan Bukhari pada sabda Nabi yang dijelaskan bahwasannya orang islam perlu memenuhi kebutuhannya

dengan bersilaturahmi. Pada proses pembayaran dalam jual beli menurut islam lebih diutamakan supaya dalam pembayaran tersebut melalui transaksi tatap muka (secara langsung) agar tidak terjadi hal-hal yang bisa mengakibatkan kekecewaan pada sebelah pihak atau keduanya dan supaya bisa tetap terikat tali persaudaraan antar penjual dan juga pembeli. Dilihat pada hubungan antar kedua belah pihak ini bisa selalu menjaga dan membantu agar bisa meringankan dengan ikhlas tanpa ada balasan. Disimpulkan pada hadits diatas bahwasannya Allah SWT, akan memberikan rezeki kepada orang-orang yang selalu menjalin silaturahmi.

B. Bisnis

Bisnis berasal dari bahasa Inggris “busy” yang artinya “sibuk”, sedangkan “business” artinya “kesibukan”. Bisnis dalam arti yang luas didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perorangan atau kelompok secara teratur dengan cara menciptakan, memasarkan barang maupun jasa baik dengan tujuan mencari keuntungan maupun tidak bertujuan mencari keuntungan.

Pengertian bisnis dalam islam pada dasarnya hanya pada aspek penerapan yang dilakukan yaitu dilakukan dengan berlandaskan pada aspek-aspek cakupan Al-Quran dan Sunnah serta memperhatikan pada batasan-batasan yang tertuang dalam aspek tersebut. Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Adapun sektor-sektor ekonomi bisnis tersebut meliputi sektor pertanian, sektor industri, jasa, dan perdagangan.

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang

memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. (Norvadewi, 2015)

Dalam upaya mempertahankan bisnis diperlukan strategi pemasaran yang dilakukan khususnya dalam pemasaran syariah. Selain menjadikan hal penting, bisnis dalam penerapan Islam juga bisa memberikan dampak yang positif. Maka upaya ini perlu dilakukan untuk tetap dapat menjalankan bisnis dengan baik khususnya di sebuah perusahaan.

C. Pandemi Covid-19

Pengertian Virus Corona atau dalam bahasa lain *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SAR-CoV -2) merupakan jenis virus yang mengarah pada sistem pernafasan. Virus ini lebih pada adanya infeksi yang ada yang disebut Corona-19. Pada penyakit virus corona ini tidak hanya menyerang bagian pernafasan saja, akan tetapi juga pada gangguan infeksi paru-paru, serta bisa mengakibatkan kematian. (Gunawan K. R., 2020). Virus ini merupakan suatu jenis *virus RNA Strain* Tungga Positif, bersegmen dan berkapsul. Selain itu, virus ini juga terbagi menjadi dua kelompok berdasarkan pada type yang berbeda yaitu serotype dan karakter genom. Dan juga memiliki empat genus diantaranya *alpa coronavirus*, *betacoronavirus*, *deltacoronavirus*, dan yang terakhir adalah *gamma*. (Perhimpunan Dokter Paru Indonesia, 2020). Dari virus ini lah yang menyebabkan pandemic yang berkepanjangan. Adapun gejala pada corona virus ini diantaranya, demam, sesak nafas, batuk dan lain-lain. Dan untuk gejala beratnya biasanya pada sindrom pernafasan akut, gagal ginjal hingga kematian. (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2020)

Menurut pendapat ahli lain juga mengatakan bahwa hingga 90.308 orang dipenjuru dunia sudah terinfeski virus corona. Pada tahun 2020, virus *covid-19* ini menular hingga sampai memakan korban. Dan banyak sekali yang terinfeksi virus ini hingga meninggal dunia. (Yuliana, 2020)

Pada masa pandemic covid-19 ini faktor perekonomian menjadi salah satu hal yang paling menonjol penurunannya. Sehingga banyak orang yang

hanya berbondong-bondong mencari barang yang bermanfaat di era pandemic *covid-19* seperti masker yakni sebagai alat perlindungan dan meminimalisir adanya virus corona. Begitu juga bagi mereka pada penjual masker juga dianggap paling laku.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Picanos Store bertempat di daerah Ledug Purwokerto. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah upaya memperoleh bahan yang diperlukan. Peneliti juga akan berupaya untuk menemukan bahan yang sesuai dengan penelitian yang ada.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Yakni suatu metode / jenis penelitian yang mana mendeskripsikan situasi-situasi secara normatif yang berkaitan dengan fakta yang ada dan bahan yang ada pula serta penelitian yang sedang berlangsung, setelah itu bahan tersebut digabungkan menjadi suatu kumpulan fakta-fakta terkait kondisi yang terlihat semestinya. Dalam jenis penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan jenis penelitian dengan penelitian lapangan (field Reseach) penelitian yang didapatkan dari bahan data primer pada penelitian lapangan atau tempat penelitian yang diteliti. (Suharsini, 1993)

Berdasarkan kesimpulan di atas, bisa dipahami bahwa penelitian yang peneliti lakukan bersifat deskriptif kualitatif yaitu dijelaskan dengan mengamati orang yang berada di sebuah kehidupan tersebut berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa atas pemahaman melalui penjabaran kualitatif berupa kata-kata bentuk lisan atau tertulis dari orang dan sikap yang dipahami yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mendapatkan cerita untuk dipahami, menjelaskan situasi sosial ekonomi yang akan diteliti secara menyeluruh dan mendalam mengenai strategi pemasaran pada produk masker di Masker Picanos Store yang terletak di Ledug Purwokerto di era pandemi Covid-19

C. Sumber Data

Pada penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif. Adapun sumber data yang bersifat utama pada penelitian kualitatif yaitu makna dan perilaku, dan selanjutnya terdapat data tambahan serta dokumen lain. Menurut pendapat lain menjelaskan bahwa terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder. (Prastowo, 2011). Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung berdasarkan sumber-sumber yang didapatkan atau digabungkan dari peneliti ke lapangan secara langsung yang berkaitan. Data dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada Pemilik Picanos Store.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung yang kemudian bisa memberikan tambahan serta penguat pada bahan penelitian. Dari data sekunder ini diantaranya seperti, jurnal, buku, karya ilmiah, internet, berdasarkan pada penelitian yang dilakukan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dimana dapat dilakuka secara langsung kepada sumber peneliti yang akan diteliti. Tujuan dari adanya wawancara ini yakni untuk menemukan sesuatu yang belum pernah ada atau diketahui. Kemudian peneliti dapat menemukan pemahaman yang luas dan mendalam terhadap situasi yang ada. (Sugiyono, 2019)

Wawancara pada penelitian ini ditujukan kepada pemilik dan karyawan Picanos Store. Pada penelitian ini, peneliti langsung mewawancarai manajer marketing pada Masker Picanos Store.

2. Observasi

Teknik pada pengumpulan melalui observasi yaitu suatu penelitian pada pengamatan yang dilakukan pada objek. Peneliti bisa menggabungkan data yang diperoleh pada saat kondisi peristiwa pada penelitian itu terjadi.

Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu dengan mengamati secara langsung di Picanos Store dalam memasarkan produk masker tersebut. Dari berbagai pengemasan produk yang akan dijual dan lainnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah lampau dalam bentuk lisan, gambar, atau karya lain. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan bentuk gambar. Yang mana peneliti langsung terjun ke lapangan dengan melihat situasi yang ada. Maka dengan dokumentasi ini bisa menjadi suatu pendukung yang lebih kuat dalam sebuah penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Terdapat teknik analisis pada penelitian ini yaitu diantaranya :

1. Redukasi

Adalah cara dalam proses penentuan, penyederhanaan, perumusan, pengabstrakan dan transparansi suatu bahan dari kemunculan pada catatan lapangan dan menunjukkan pada hal yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan dan mempernjamkan bahan yang diperoleh. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa cara yang harus dilakukan oleh peneliti yaitu terkait memangkas bahan yang didapatkan melalui langkah pemilihan data bahan dengan penyederhanaan. (Muhajir, 1996)

2. Data display

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan menggunakan uraian singkat, bagan, dll. Menurut Sugiyono (2015:408), berpendapat terkait cara penggunaan dalam penelitian kualitatif biasanya menggunakan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan

Yaitu meliputi menjawab rumusan masalah dalam penelitian tersebut namun juga tidak. Sebab dapat dikatakan pada penelitian kualitatif ini lebih bersifat sementara dan berkembang ketika penelitian itu berada di lapangan. (Selawati, 2017)

F. Teknik Keabsahan Data

Untuk dapat melakukan pemeriksaan keabsahan data, maka ada beberapa kriteria pemeriksaan data. Ada empat kriteria pemeriksaan keabsahan data, yaitu: Pertama, derajat kepercayaan (credibility), Kedua keteralihan (transferability), Ketiga ketergantungan (dependability), Keempat kepastian (confirmability). Teknik keabsahan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara baik kepada narasumber yang sudah pernah ditemui atau baru. Dalam perpanjangan pengamatan ini merupakan suatu hubungan peneliti dengan narasumber yang mana semakin lebih akrab (tidak ada jarak), semakin terbuka, saling mempercayai keduanya.

Dalam tahapan awal, peneliti melakukan pengamatan lapangan, peneliti masih dianggap orang asing dan mungkin masih banyak sifat tertutupan dari narasumber kepada peneliti. Maka dengan adanya perpanjangan pengamatan ini peneliti bisa mengecek kembali dengan melakukan observasi serta wawancara ulang di lapangan guna memperoleh data yang lebih jelas. Pada penelitian ini, peneliti selalu mengecek pengecekan kembali di lapangan untuk bisa mengetahui terkait data yang diperoleh apakah masih sama atau justru berubah.

2. Triangulasi Sumber

Triangulasi ini dilakukan untuk dapat mengecek kembali serta membandingkan data dalam kepercayaan suatu informasi yang didapatkan melalui sumber data yang berbeda. Maka dari penelitian ini, peneliti bisa membandingkan informasi yang diperoleh dari sumber data primer dengan informasi yang diperoleh dari sumber data sekunder.

3. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dari penelitian yang dilakukan peneliti, bahwa peneliti telah melakukan wawancara kepada narasumber (Pemilik Picanos Store dan juga Konsumen), kemudian peneliti meneliti kembali dengan observasi dan dokumentasi dengan menghasilkan data ya sama sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan.

4. Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi ini yaitu adanya suatu pendukung untuk dapat membuktikan data yang telah ditemukan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan bahan referensi dengan menggunakan dokumentasi (foto-foto) sebagai bukti pendukung pada penelitian ini. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara yang didukung dengan adanya rekaman wawancara yang telah dilakukan. Maka pada alat-alat bantu perekam data wawancara, foto-foto dalam penelitian kualitatif sangat diperlukan karena sebagai pendukung kredibilitas data yang telah ditemukan oleh peneliti.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah dan Profil Toko Picanos (Produk Masker Kain)

Picanos Store merupakan salah satu toko jenis UMKM kerajinan tangan khususnya dalam pembuatan produk masker kain. Picanos Store dikenal nama toko ke 2, yang sebelumnya dengan nama Pelangi store. Toko ini berlokasi di Ledug Lor, Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas. Awal mula dalam perkembangan dari pergantian nama tersebut dari yang mulanya hanya menggunakan sistem reseller sekarang berubah dengan memproduksi masker kain sendiri. Terbentuknya toko usaha ini dibangun awal mula pada tahun 2017. Produk yang paling utama dikenal di toko ini adalah dengan produk masker kain. Masker kain di toko ini sudah dikenal banyak kalangan masyarakat sekitar daerah Purwokerto hingga luar Purwokerto.

Dalam proses pembuatan masker kain pada toko ini adalah dengan menggunakan alat jahit. Dimana ada beberapa karyawan yang bekerja sebagai bagian pembuatan masker dengan mesin jahit. Tersedia sekitar kurang lebih 5 karyawan yang bekerja pada mesin jahit. Dan tentunya karyawan yang dipilih berdasarkan kemampuan profesional nya dalam proses pengerjaan mesin jahit. Terdapat 5 mesin jahit yang ada berdasarkan karyawan yang bekerja. Selain itu adapun karyawan lain yang bekerja pada bagian-bagian tertentu. Misalnya pada bagian marketing atau pemasaran, proses pengemasan produk serta admin yang selalu stay dalam melayani konsumen setiap harinya.

Pada awal mula akan terbentuknya Toko Picanos Store yaitu menggunakan sistem pembelian grosir dan eceran. Dimana pemilik hanya menjual kembali produk masker yang sudah siap dipasarkan yang tentunya jumlah omset yang didapatkan pun hanya sedikit. Namun semakin berjalannya waktu justru makin banyak pesanan yang didapatkan, sehingga pemilik berinisiatif untuk membuat usaha produk masker kain sendiri yaitu dengan memproduksi produk masker dengan manual (mesin jahit). Bahan untuk

membuat masker juga menggunakan bahan yang bagus. Dan akhirnya hingga saat ini Toko Masker Picanos ini berjalan lancar dan makin maju sampai sekarang tentunya sudah dikenal banyak masyarakat sekitar.

Dengan bermodalkan uang sendiri pemilik toko Picanos Store ini telah sukses mempublikasikan tokonya tersebut hingga mengalami peningkatan yang pesat sekitar tahun 2017-2018 an. Dalam kondisi tersebut akhirnya Picanos Store mampu bisa meningkatkan jumlah tenaga kerja setiap tahunnya yang kemudian bisa membuka peluang bagi orang sekitar yang kekurangan dalam lapangan pekerjaan.

Konsep awal Picanos Store yaitu dengan menjual produk masker kain dengan sistem reseller. Dimana membeli produk dari orang lain dan kemudian diperjualkan kembali yang hanya mendapat untung jauh lebih sedikit. Namun berjalannya waktu justru banyak pelanggan sehingga pemilik berinisiatif untuk membuka usaha masker kain dengan membuat sendiri secara manual. Dari hal ini juga Picanos Store mulai berkembang.

Adapun faktor yang menjadikan peningkatan jumlah penjualan pada tahun 2017-2018 yakni adanya kemampuan yang luas dalam sistem penjualan online atau promosi online di kalangan sistem belanja online yang terkenal yaitu Shopee. Selain itu juga, toko ini telah memiliki banyak pelanggan setia dari awal terbentuknya Toko Picanos Store.

Beberapa produk Picanos Store yang dijual :

- a. Masker Kain (dengan beberapa jenis model perempuan dan laki-laki)
- b. Masker Kain anak-anak
- c. Masker Kain Brukat
- d. Aneka Assesories (Tas Rajut, Ciput, Kaos Kaki)
- e. Dan produk baru seperti sepatu, baju baby, dan lainnya

Berdasarkan beberapa produk diatas merupakan beberapa produk yang dipasarkan oleh Toko Picanos. Namun yang lebih dominan adalah pada produk masker kain karena pada pusat khusus intinya adalah produk masker kain yang dipasarkan. Untuk produk lain hanya sebagai tambahan produk saja.

Adapun visi dan misi Toko Masker Picanos sebagai berikut :

a. Visi

Untuk menjadikan Toko Picanos sebagai salah satu toko dengan pelayanan kerajinan produk masker kain dengan kualitas yang baik sehingga mampu memberikan minat pada pembeli dan meningkatkan ketertarikan pada pembeli.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen yang dapat memuaskan pelanggan dan juga mendapatkan omset pendapatan yang lebih.
- 2) Menarik pelanggan dengan dengan melakukan kreativitas pada model-model masker kain menyesuaikan dengan trend yang ada di masa sekarang.
- 3) Melakukan berbagai promosi yang menarik untuk meningkatkan daya beli pelanggan.
- 4) Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terus meningkat.
- 5) Mendapatkan loyalitas dari pelanggan dengan cara memberikan kualitas bahan terbaik dan harga terjangkau.
- 6) Meyakinkan pelanggan bahwa betapa pentingnya dalam penggunaan masker tidak hanya ketika pandemi covid-19 saja. Karena virus tidak hanya itu saja. (lebih meyakinkan pelanggan tentang menjaga kesehatan).

B. Struktur Organisasi Picanos Store

Dalam Organisasi merupakan sebuah lembaga/ badan hukum yang melakukan kegiatan-kegiatan atau fungsi-fungsi tertentu dalam usaha mencapai tujuannya. Setiap badan usaha atau perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan kelancaran bisnis yang telah direncanakan dibuat haruslah memiliki struktur organisasi yang baik. Struktur organisasi tersebut mencerminkan wewenang dan tanggungjawab di dalam perusahaan yang ada.

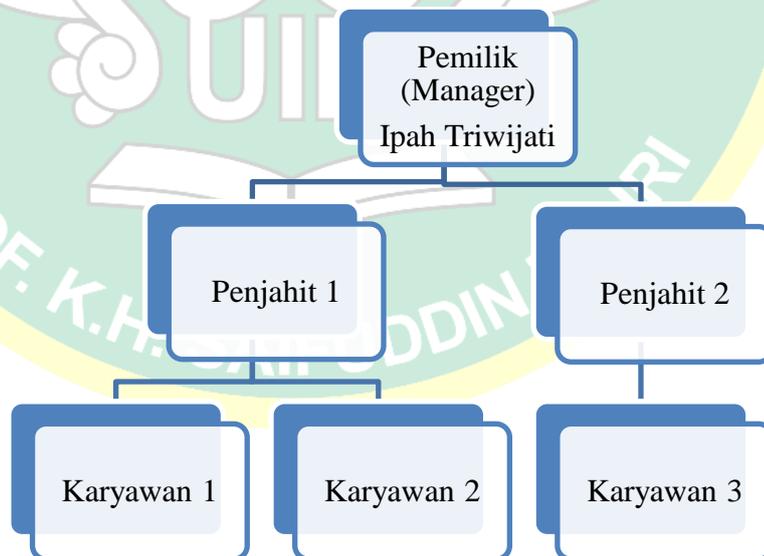
Dengan adanya struktur organisasi dalam sebuah bidang usaha bisnis maka dapat memudahkan dalam proses pengawasan, secara langsung oleh pemilik

perusahaan kepada setiap bagian-bagian yang ada. Dalam sebuah usaha bisnis perlu dibentuknya struktur organisasi tentunya karena pemilik tidak mungkin bekerja sendiri dalam mengelola bisnisnya yang besar sehingga diperlukan sebuah struktur organisasi yang kemudian bisa membantu pemilik usaha bisnis tersebut demi kelancaran proses pemasaran. Pada setiap organisasi bisnis yang ada terdapat beberapa bidang yang tentunya berbeda antara yang satu dengan yang lain.

Pada bentuk di struktur organisasi ini sangat bisa membantu dalam berjalannya proses manajemen bisnis. Dalam proses mengkoordinir suatu pekerjaan, diatur, disusun serta dialokasikan diantara anggota-anggota karyawan yang lainnya di setiap kegiatan berjalan dengan baik. Penyusun struktur organisasi bisnis juga harus ditentukan dengan kondisi yang ada serta kebutuhan pada perusahaan ataupun jumlah orang yang ada, dan kemudian dapat digambarkan menyesuaikan tugas dan wewenang masing-masing.

Gambar

Struktur Organisasi Toko Masker Picanos



Sumber : Toko Picanos, 2022

Pemilik merupakan pemegang kekuasaan tertinggi pada suatu perusahaan usaha bisnis. Dimana pemilik ini bertanggungjawab dengan semua yang

berhubungan dengan Toko Masker di Picanos dan semua karyawan yang ada pun harus ikut bertanggungjawab kepada pemilik. Setiap karyawan harus memberitahu dan bertanggungjawab kepada pemilik dengan memberi laporan selama perbulan di Picanos. Pemilik hanya bertugas mengawasi, mengambil keputusan berdasarkan musyawarah yang berlaku dan ikut dalam pertanggungjawaban pada kegiatan operasional yang ditentukan. Begitu pun karyawan yang bertugas sebagai bagian produksi masker (penjahit) disini penjahit memiliki peran penting dalam berjalannya bisnis masker karena mereka lah yang memproduksi masker tersebut sehingga bisa dikatakan Toko Picanos mempunyai 5 karyawan.

Berikut ini adalah tugas dan tanggungjawab dari beberapa karyawan dan karyawan inti (penjahit) pada Toko Masker di Picanos, Ledug Purwokerto sebagai berikut :

1. Pemilik

Pemilik bertugas memegang kekuasaan tertinggi pada perusahaan dalam suatu organisasi yang mana bertanggungjawab untuk seluruh karyawannya. Selain itu pemilik juga bertugas sebagai pengawas yang mengawasi berjalannya proses manajemen pada Picanos secara tidak langsung. Tugas pemilik dalam kegiatan operasional Toko Masker di Picanos sebagai berikut :

- a. Memberikan persetujuan dalam proses input pada bagian produksi
- b. Mengawasi proses pengemasan produk, produksi produk di Picanos dengan disiplin

2. Karyawan 1 (Bagian Keuangan)

Tugas karyawan 1 adalah lebih pada proses pemasaran produk melalui tatap muka (live) dan juga bagian keuangan. Dimulai pada penataan produk masker yang sudah dijahit dan dikemas dengan rapi. Dalam penugasan ini karyawan harus bisa teliti agar tidak terdapat kerusakan atau kekeliruan dalam produk masker . Selain itu juga tetap bertugas untuk mengawasi sistem media sosial sebagai media promosi. Tidak hanya itu untuk karyawan 1 juga ditugaskan untuk mengurus bagian keuangan mulai dari osmet pendapatan

yang didapatkan, jumlah barang yang telah dikirim, serta perakuntansi dalam pemasaran.

3. Karyawan 2 dan 3 (Admin Marketing dan Modeling)

Tugas dari karyawan 2 dan 3 mungkin bisa dikatakan sama dari karyawan 1 karena ketiganya bertugas dalam satu kesepakatan. Diantaranya proses pengemasan produk, menghitung produk yang telah siap dikemas serta pendataan produk masker yang telah dibuat. Dan juga sebagai admin atau penanggungjawab pada pemasaran (*marketing*) di akun media sosial pada sistem promosi, baik itu Whattshap, Shopee dan lainnya. Selain itu karyawan 2 dan 3 juga bertugas sebagai modeling dari promosi model-model produk masker kain yang siap untuk launching serta membuat rangkaian promosi yang harus diposting seperti foto, video dan lainnya.

4. Penjahit 1 dan 2

Tugas penjahit tentunya yang memproduksi proses pembuatan masker kain yang dilakukan setiap hari. Ketika di era pandemic bisa hampir +-100an bahan yang siap diproses sebagai masker. Pada setiap penjahit konveksi ini memiliki beberapa mesin jahit yang selalu digunakan setiap hari untuk memproduksi masker kain. Berbeda pada saat pandemi Covid-19

C. Strategi Pemasaran Syariah Yang Di Terapkan Picanos Store Di Era Pandemi Covid-19

Dalam suatu organisasi usaha bisnis baik dalam yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan. Begitu pula dengan Toko Masker Picanos tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen. Proses-proses manajemen, termasuk manajemen syariah pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Dalam makna fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang

penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi pemasaran.

Dalam sebuah usaha harus bisa mampu bertahan. Salah satu hal penting dalam aspek bertahan yaitu dengan mempertimbangkan aspek pemasaran. Aspek strategi pemasaran harus disesuaikan dengan strategi yang dapat menguntungkan bagi perusahaan sebab keputusan-keputusan tersebut membawa dampak langsung bagi peningkatan penjualan. Pada peningkatan tersebut sangat diharapkan bagi setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya tentunya dimasa pandemi *Covid-19* sekarang ini. Untuk itu perusahaan dituntut harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran Islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran Islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-qur'an dan Sunah Rasulullah SAW.

Strategi Pemasaran Syariah merupakan suatu hal dalam pemasaran yang mana harus disesuaikan dengan nilai-nilai yang berlandaskan dengan syariah Islam. Strategi Pemasaran ini digunakan untuk menciptakan strategi dalam suatu kesuksesan dalam sebuah lingkup pemasaran. Masyarakat sekitar awalnya tidak mengenal, namun dengan adanya strategi pemasaran syariah ini menjadikan masyarakat mudah untuk mengenal serta tertarik pada Picanos Store. Dalam sebuah pemasaran hal yang dianggap penting yakni pada strategi. Yang mana strategi ini lah yang bisa menciptakan kelancaran dalam toko Picanos Store.

Menurut pendapat Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula menjelaskan bahwa tentang penerapan pemasaran syariah pada zaman Nabi Muhammad SAW terkait sikap sebagai pemasar, usaha dengan menurut aspek syariah dan pemasaran harus berlandaskan pada syariah. Maka dari itu, strategi pemasaran syariah dalam sebuah perusahaan tidak dapat dilakukan

dengan hanya berlandaskan aspek pemasaran saja akan tetapi juga pada nilai Islam yang diterapkan. Hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam strategi pemasaran syariah adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat/calon konsumen agar mau berbelanja agar dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli/konsumen di tempat tersebut berdasarkan syariah Islam.

Menurut pendapat lain pemasaran islami adalah suatu disiplin ilmu strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa), yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan Muamalah dalam Islam. Secara umum, strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. (Swasta, 2007)

Hal ini berbeda dengan para penjual bisnis masker di masa pandemic covid-19. Penjual masker justru mengalami kenaikan dalam pendapatan setiap harinya. Namun kesulitan yang dialami para usaha bisnis produk masker kain yaitu dengan adanya persaingan di era pandemic covid-19 lebih khususnya pada tahun 2020. Terutama Toko Masker Picanos juga mengalami sedikit kesulitan dalam menangani persaingan yang ketat pada saat itu. Karena banyak kalangan penjual bisnis yang berpindah produk dengan memasarkan produk masker yang hampir sama yang diperjual di Picanos.

Toko Picanos merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bergerak di bidang kerajinan yaitu produk masker. Selain itu, dalam strategi pemasarannya menerapkan strategi pemasaran syariah yang bersandar dan berpegang teguh pada strategi pemasaran yang dilakukan Nabi Muhammad Saw, yang mana beliau mengedepankan sikap kejujuran, transparan dan tidak ada unsur penipuan. Nabi Muhammad adalah sosok nabi yang sudah dikenal dengan mengelola bisnis yang tentunya berlandaskan pada nilai-nilai Syariah seperti Shidiq, Amanah, Tabligh, dan Fatonah. Beliau selalu menerapkan keempat ini dalam mengelola bisnisnya.

Dalam sebuah hadits disebutkan bahwa “Ibnu Umar berkata: Seorang laki-laki mengadu pada Nabi, “Aku telah tertipu dalam jual beli.” Maka beliau bersabda, “Katakanlah kepada orang yang kamu ajak berjual beli, “Tidak boleh menipu!” Sejak itu, jika ia bertransaksi jual beli, ia mengatakannya. (HR. Bukhari). (Muali & Nisa, 2019)

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Toko Masker Picanos ini menerapkan strategi pemasaran syariah dalam upaya mempertahankan produk dengan menggunakan berdasarkan empat variabel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) dan berdasarkan dengan pemasaran yang dilakukan Nabi Muhammad SAW yang terdiri dari sifat shidiq, amanah, tabligh dan fathanah :

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. (Joseph, 2008) Sesuai dengan praktek nabi Muhamad dalam berbisnis yaitu :

a. Shidiq (benar atau jujur)

Shidiq adalah sifat Nabi Muhammad SAW, yang artinya benar atau jujur. Produk yang dijual belikan harus benar, baru dan halal. Produk yang telah dipasarkan di Toko Picanos ini menggunakan produk yang benar, baru dan juga halal serta memiliki kualitas yang bagus menyesuaikan dengan harga yang telah diberikan.

Dalam penerapan sikap jujur berarti selalu melandaskan dengan ucapan, keyakinan serta perbuatan yang berdasarkan ajaran Islam (Al-Qur'an dan Sunnah). Allah telah memerintahkan orang-orang untuk senantiasa memiliki sifat shidiq. Sebagaimana firman Allah SWT,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya :

*“ Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”
(QS At Taubah : 119)*

Berdasarkan perspektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah dengan produk yang halal dan memiliki mutu atau kualitas yang baik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya dan menurunkan kualitas suatu produk. Dan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan itu juga harus mendapatkan persetujuan bersama antara kedua belak pihak, antara penjual dan pembeli produk tersebut. Maka dari hal ini para usaha bisnis harus mencerminkan nilai kejujuran pada produk masker. (Madura, 2001)

Dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Ibu Ipeh Triwijati (Selaku Pemilik Toko Picanos)

Peneliti : “Apakah dalam penerapan yang dilakukan di Picanos sudah menerapkan kriteria kejujuran di setiap pelayannya?”

Pemilik Picanos Store : “Ya sudah, Toko Picanos selalu memberikan pelayanan yang terbaik khususnya bagi para pelanggan atau konsumen. Toko ini selalu menawarkan suatu barang produk masker kain yang mana selalu disesuaikan dengan kualitas produk yang ada. Ketika ada pelanggan yang ingin membeli produk yang pada saat itu tidak ada, Toko Picanos pun akan mengucapkan dengan apa adanya. Menurut pendapat pemilik, karena saat ini banyak penjual yang tidak jujur misalnya dengan tetap menjual barang tersebut walaupun dalam keadaan stok barang habis namun diganti dengan barang lain. Dan barang yang dijual juga benar-benar masih dalam kondisi baru. “ucap pemilik.

Berdasarkan wawancara dari konsumen, banyak konsumen yang merasakan kenyamanan dalam pelayanan yang diberikan Picanos Store ini. Dalam aspek produk yang dipasarkan juga selalu sesuai dengan

kenyataan barang yang ada. Hal ini tentu membuat konsumen merasa nyaman serta mendapatkan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Hal ini dijelaskan sebagaimana berdasarkan hadis Rasulullah SAW, bersabda, “Hendaklah kamu berbuat jujur (benar) karena kejujuran akan mengantarkan kamu kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan kedalam surga. Dan jauhilah sifat kidzib (dusta), karena dusta itu akan mengantarkan kamu kepada keburukan, niscaya akan mengantarkan kamu ke neraka (HR Al- Bukhari).

b. Amanah (dapat dipercaya)

Produk yang dipasarkan di Toko Picanos ini dapat dipercaya memiliki kualitas yang aman. Ketika pelanggan yang langsung datang ke Toko juga bisa melihat bahan apa yang dibuat apa masker kain. Begitu juga pada pemasaran online, Toko Picanos telah memberikan penjelasan dengan benar sesuai dengan bahan masker apa yang dipasarkan. Seperti dengan menampilkan berupa foto dan video.

Menurut Pemilik Toko Picanos, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwa “Pada penerapan bahan deskripsi yang ditampilkan pada bagian pemasaran online benar-benar sudah menyesuaikan dengan kondisi barang yang nyata. “

Seorang pembisnis senantiasa mempunyai sifat amanah, sebab Allah SWT menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat (kepercayaan) dan janji-janjinya.” (Q.S Al-Mu’minum: 8). Berdasarkan ayat tersebut maka Allah SWT memerintah untuk para pembisnis agar bisa memiliki sifat amanah agar bisa menjalankan usaha bisnisnya dengan baik dan lancar.

c. Tabligh (Komunikatif)

Dalam hal ini, para karyawan menyampaikan tentang keunggulankeunggulan produk secara ramah dan sesuai dengan kenyataan keadaan barang tersebut. Pada penerapan di Toko Picanos, karyawan selalu menyampaikan keunggulan yang terdapat pada produk masker kain. Misalnya adanya manik-manik, brukat yang

terdapat pada masker kain, serta adanya penerapan masker kain dengan 2ply, 3ply dan lainnya. Tentunya dari adanya keunggulan ini membuat pelanggan juga merasa tertarik membeli.

Menurut pemilik Toko Picanos menjelaskan terkait adanya masalah komplain pada produk yang dipasarkan juga akan dilayani dengan penuh tanggungjawab apabila ada kekeliruan barang atas komplain dari pelanggan.

Maka berdasarkan hasil observasi di atas dijelaskan bahwa Toko Picanos telah menerapkan Sifat Tabligh dalam strategi pemasarannya. Dimana dalam penerapan sifat tabligh (komunikatif) pada hal produk masker bisa memberikan hal positif bagi Toko Picanos. Diantaranya : bisa memberikan rasa nyaman bagi para konsumen baru khususnya, serta memberikan rasa nyaman bagi para konsumen yang sudah membeli produk masker kain ini.

Berdasarkan buku Syariah Marketing oleh Syakir Syula dijelaskan bahwa Alangkah mulianya jika dalam mengelola bisnis kita memiliki pemimpin, karyawan dan pemasar yang bisa dapat dipercaya karena sifat kejujuran dan komunikatifnya dalam pemasaran, sehingga bisa menjadi panutan bagi siapa saja yang berinteraksi dengannya.

d. Fatonah (cerdas, kreatif)

Fathonah atau cerdas, berarti pihak Picanos selalu membuat kreatifitas dan inovasi baru yang bisa membuat berbeda dari toko lainnya. Misalnya dengan pembuatan model masker kain dengan penambahan manik-manik, brukat serta motif bunga yang membuat konsumen tertarik. Picanos selalu membuat produk masker kain dengan menyesuaikan trend yang ada. Misalnya dengan trend masker kain tali rimpel, dan lainnya.

Menurut Karyawan 2 dan 3 mengatakan berdasarkan observasi penelitian :

“Pada Toko Picanos ini memiliki kualitas produk masker kain yang bagus. Karena dari Picanos selalu menginginkan keinginan dari para pelanggan. Menyesuaikan dengan rasa amanah

yang telah kami terima sehingga kami berinisiatif membuat model masker dengan beberapa macam 2 ply, 3 ply. (beberapa lapis bahan). Hal ini diinginkan pelanggan dikarenakan pada pandemi yang melonjak pelanggan bisa mematuhi aturan yang ada dengan pemakaian yang tebal supaya bisa meminimalisir adanya dampak wabah virus corona di tahun 2019-2020 ketika sedang meningkat drastis.”

Adapun hasil wawancara peneliti dengan konsumen :

Peneliti : Apakah Toko Picanos selalu memberikan ketertarikan produk yang dipasarkan?

Konsumen : “Ya, Toko Picanos selalu menambahkan beberapa produk baru yang bisa menarik konsumen, khususnya pada penambahan kreasi manik-manik lucu serta membuat konsumen pun minat dalam membeli produk masker kain ini.”

Maka berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dalam penerapan sifat fatonah ini bisa juga menumbuhkan aktivitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bisa bermanfaat. Kreatif dan Inovatif hanya mungkin dapat dimiliki seseorang yang selalu berusaha untuk menambah ilmu pengetahuan dan informasi baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan satuan ukur mengenai mutu suatu produk, harga ataupun jumlah uang yang di butuhkan pembeli untuk memperoleh kombinasi barang dan pelayanan. Penetapan harga ini tidak mempertimbangkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW dalam berdagang yaitu :

a. Shidiq (benar)

Pada penerapan harga yang dilakukan Picanos Store telah mengalami ketidakpastian. Dimana pada saat pandemi menjolak harga masker mengalami kenaikan hingga 40%. Hal ini dikarenakan adanya

kenaikan harga bahan baku. Toko Picanos dengan menaikkan harga ini juga tentu menyesuaikan dengan bahan yang berkualitas yang tentunya tidak merugikan antara yang satu dengan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara oleh Pemilik Toko Picanos mengatakan bahwa “Dalam penerapan harga yang diterapkan memang sempat mengalami dilema karena apabila harga masker meningkat drastis, maka membuat pelanggan tidak tertarik. Sehingga Picanos berinisiatif dengan melihat bahan yang digunakan dengan modal serta keuntungan yang didapat. Walaupun tidak begitu dominan banyak dalam mendapatkan omset.” Ucap pemilik Toko Picanos

Maka dari hasil wawancara diatas telah mencerminkan nilai-nilai syariah yang bisa mempertahankan bisnis produk masker kain di era pandemi covid-19. Dalam mempertahankan bisnis produk masker kain disini bisa kita lihat dalam cara penerapan yang dilakukan dengan menerapkan harga menyesuaikan situasi dan kondisi yang ada. misalnya pada masa pandemic covid-19 menjolak menjadikan harga bahan baku meningkat hal itu juga perlu didiskusikan dalam upaya penetapan harga sehingga tidak merugikan kedua belah pihak.

Sebab tanpa adanya kejujuran dalam dunia bisnis, maka bisnis tersebut tidak dapat berjalan dengan lancar atau tegak. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal kemunafikan dan ciri orang-orang yang munafik. Oleh karena itu, sifat terpenting bagi para pembisnis yang di ridhai Allah SWT, yaitu kejujuran.

b. Amanah (dapat dipercaya)

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggungjawab, dan kredibel. Dengan melihat kualitas bahan produk masker yang berkualitas, sehingga Toko Picanos menetapkan harga menyesuaikan dengan kualitas bahan yang digunakan. Jika dilihat dari harganya pasti barang tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Jika barang yang dijual di toko picanos tidak sesuai dengan keterangan di gambar, maka barang dapat dikembalikan.

Menurut Pemilik Toko Picanos berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa “Apabila ada produk masker kain yang dianggap tidak sesuai dengan harga yang diterapkan atau terdapat kekeliruan yang tidak sengaja maka Picanos siap bertanggungjawab”.

Maka berdasarkan hasil observasi wawancara diatas menjelaskan bahwa Picanos telah menerapkan praktik perdagangan dengan amanah (dapat dipercaya) oleh konsumen sehingga para konsumen merasa puas dan nyaman dalam pelayanan produk masker kain yang diberikan. Selain itu dari Toko dan konsumen juga tidak merasa dirugikan.

c. *Tabligh*

Toko Picanos dalam menentukan harga bersifat komunikatif. Hal itu dikarenakan adanya kombinasi dari produk dan pelayanan yang diberikan toko Picanos kepada konsumennya. Pihak toko Picanos dalam menentukan harga tidak asal-asalan, yaitu berdasarkan kualitas barang dan disesuaikan dengan standart harga pasar

d. *Fatonah (Cerdas)*

Penerapan di Toko Picanos telah menentukan suatu produk terhadap harga yang telah disesuaikan dengan mutu dan kualitas dari barang itu sendiri dengan tidak merugikan orang lain. Dimana dalam hal ini Picanos telah mencerminkan sifat fatonah sesuai dengan syariah islam. Dari Pemilik Toko Picanos juga selalu berprinsip agar Toko nya tetap mendapat untung namun tidak menjadikan pelanggan kurang tertarik. “ucap Pemilik Toko Picanos.

3. *Place (Tempat)*

Tempat kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran meliputi: Lokasi, saluran distribusi, persediaan, transportasi dan logistic. Dalam hal ini, strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. (Kasmir, Pemasaran Bank, 2010) Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW, dalam berdagang yaitu :

a. Shidiq (benar atau jujur)

Saluran distribusi pada Toko Picanos ini memiliki bangunan milik sendiri. Selain itu juga menyediakan ruangan yang luas, nyaman untuk kenyamanan bagi para konsumennya dan benar bersifat jujur yang memberikan kenyamanan pada tempat. serta adanya area parkir yang luas. Data penyaluran di Toko Picanos ini menggunakan pemasaran offline dan online.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik Picanos mengatakan bahwa “Untuk Toko Picanos ini merupakan bangunan yang benar-benar milik sendiri, dan ada tambahan ruangan toko untuk produk baru sebagai pelengkap yaitu sepatu, tas, dan lainnya. “ ucap pemilik toko Picanos.

Perspektif syariah dalam saluran pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Namun tersirat, islam lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. (Nurcholifah, 2012)

Al-Qur’an memerintahkan kepada manusia untuk jujur, tulus, ikhlas dan benar dalam semua perjalanan suatu kehidupan, dan hal ini bisa menjadi suatu hal yang sangat dianjurkan dalam penerapan di bidang bisnis syariah. Jika penipuan dan tipu daya dikutuk dan dilarang, maka kejujuran tidak hanya diperintahkan akan tetapi dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak.

Firman Allah SWT yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan juga janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”. (QS Al-Anfal [8] : 27).

b. Amanah (dapat dipercaya)

Toko Picanos merupakan salah satu toko yang menyediakan tempat yang nyaman dan dapat di percaya keamanannya. Dalam hal ini, tarif ongkir untuk masing-masing daerah benar-benar disesuaikan dengan kota tujuan pengiriman barang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, beliau pemilik Toko Picanos menjelaskan terkait tempat usahanya digunakan yaitu merupakan tempat lahan milik saya sendiri. Dan saya merubah tempat toko ini dikarenakan supaya pelanggan bisa merasakan nyaman ketika di dalam toko Picanos. Serta untuk hasil penjualan yang didapatkan pada produk masker kain ini juga menyesuaikan dengan kualitas bahan yang ada jadi tidak sembarangan dalam menentukan harganya. Agar konsumen tidak merasa kecewa atau keberatan. Dan tentunya sama-sama mendapatkan kepuasan tersendiri.

Selain itu, kosekuensi dari sifat amanah adalah untuk mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit maupun banyak.

c. Tabligh (komunikatif)

Dalam menetapkan lokasi, pemilik toko picanos bersikap komunikatif sehingga bisa mendapatkan tempat yang strategis, mudah dilihat dan dikunjungi oleh para calon pembeli. Selain itu Toko Picanos juga sudah dapat dijangkau melewati beberapa akun sosial media sehingga bisa memudahkan para pelanggan baru.

Selain itu pemilik dan karyawan di Toko Picanos juga selalu menerapkan komunikator yang baik yang bisa berbicara benar atau al hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada para konsumen. Allah berfirman, “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang baik atau benar, niscaya Allah akan memperbaiki bagimu amal-amalmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa yang menaati Allah dan Rasul-Nya

maka sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar” (Q.S Al-Ahzab : 70-71).

d. Fatonah (cerdas)

Seorang wirausahawan yang cerdas akan mengetahui bahwa semakin kuat jaringan distribusi dari sebuah produk maka keunggulan bersaing yang dibangun meningkat. Pada awal tempat toko picanos ini hanya terdapat 2 ruangan saja, namun seiring berjalannya waktu pemilik berinisiatif membangun ruangan yang sebelumnya tidak terawat akhirnya bisa menjadikan ruangan tempat yang elegan dan menarik pelanggan. Serta penambahan tempat fasilitas parkir yang bisa memudahkan konsumen yang datang.

Dalam penetapan tempat pada toko Picanos, pemilik berinisiatif dengan memberikan petunjuk denah jalan menuju Toko picanos serta memberikan baner yang terpajang didepan Toko Picanos. Hal ini dilakukan untuk bisa memudahkan para konsumen yang datang langsung ke Toko Picanos.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya, aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan royal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Ada 4 jenis kegiatan promosi, yaitu: Periklanan, (*advertising*), promosi penjualan, Publisitas dan Penjualan Pribadi (*personal selling*).

a. Shidiq (benar atau jujur)

Media promosi yang dilakukan di Toko Picanos ini dilakukan dengan jujur. Yakni dengan penerapan deskripsi yang diberikan sebagai media promosi dengan menyesuaikan pada kenyataan yang ada. Pada saat upload gambar produk, toko Picanos selalu menyampaikan tentang spesifikasi barang tersebut dengan jujur, mulai dari bahan/kain, ukuran, dan detail motif dari masing-masing produk.

Menurut pemilik Toko Picanos berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan menjelaskan bahwa “Toko Picanos selalu memberikan pelayanan dengan jujur, misalnya pada bahan yang diperjualkan dan lainnya. Selain itu Media sosial yang digunakan di Toko Picanos juga bisa memudahkan konsumen bisa menjangkau lebih cepat.”.

Dalam berbisnis alangkah baiknya jika menjalankan bisnisnya dengan melalui jalan yang baik (sifat Shidiq) karena bisa mempengaruhi dalam lingkungan bisa dengan mencerminkan sifat shidiq. Dan apabila suatu bisnis itu dilandaskan dengan sifat-sifat kezaliman, penipuan, dan lainnya tentu akan mengakibatkan keburukan ketika menjalankan suatu bisnis.

Dalam sebuah hadis dikatakan: “Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (penuh amanah) adalah bersama para nabi, orang-orang yang membenarkan risalah nabi (shiddiqin) dan para *syuhada* (orang yang mati syahid)” (HR Al-Tirmidzi).

b. Amanah (dapat dipercaya)

Amanah memiliki arti dapat diperacaya, bertanggungjawab, dan kredibel. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Pemberian informasi tentang produk toko Picanos telah sesuai dengan kenyataan. Toko Picanos selalu memasarkan produknya dengan sesuai kenyataan barang tersebut, dengan tanpa melebih-lebihkan produknya dan tanpa menjelek-jelekan produk orang lain. Selain itu, jika ada kerusakan dalam pengiriman barang dapat di retur.

Oleh karena itu, Pemilik selain memuaskan pelayanan pada Toko tetapi juga bertanggungjawab apabila terdapat barang produk yang mengalami kerusakan atau kekeliruan. “ucap Pemilik Toko Picanos.

Hal ini dianggap penting karena dalam pemasaran islam sangat memerlukan pondasi yang akan menjadikan suatu kunci dari sebuah pemasaran. Dengan menerapkan sifat amanah ini akan menjadi terjaga

dalam rasa kepercayaan antara produsen dan konsumen. Begitu pun sama halnya yang diterapkan Toko Picanos dalam selalu melayani pelanggan dengan penuh rasa percaya serta tanggungjawab.

c. Tabligh (komunikatif)

Karyawan toko Picanos selalu komunikatif dalam menyampaikan produk kepada calon pembeli. Di dalam akun instagram, Shopee dan lainnya pada toko Picanos telah diberikan nomor telepon dan whatsapp agar para calon pembeli lebih mudah dalam bertanya-tanya atau komunikasi mengenai produk yang akan dibeli. Di samping itu, para karyawan toko Picanos selalu memberikan pelayanan dengan penuh perhatian kepada para pelanggan tidak memilih-milih dari yang satu ke yang lainnya.

Menurut Pemilik Toko Picanos mengatakan bahwa, “Media promosi yang dilakukan di Toko ini sudah menyesuaikan aturan syariah yang ada. Dimana karyawan selalu melayani pelanggan dengan baik, ramah dalam pelayanannya serta (komunikatif). Hal ini diterapkan guna untuk kepuasan dari konsumen yang datang ke Toko atau pun melalui media online. Dan apabila terdapat kekeliruan pengemasan produk atau pelanggan merasa kecewa, Toko Picanos siap melayani pelayanan dengan baik dan penuh kesabaran”. Ucapan Pemilik Toko Picanos.

Dalam penjelasan yang sudah dijelaskan diatas menjelaskan bahwa Toko Picanos telah menyesuaikan strategi pemasarannya dengan baik (komunikatif) dalam penerapan promosi yang telah dilakukan oleh pemilik dan juga para karyawan yang bertugas.

d. Fatonah (Cerdas)

Dalam hal ini, pebisnis yang cerdas merupakan pebisnis yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, pebisnis dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Kita perlu menggunakan

sifat ini agar bisa menjadi seorang pebisnis yang sukses. Terutama dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat; kotor, kacau dan hal lainnya.

Pemilik toko Picanos selalu cerdas dalam membaca situasi target pasar. Selain pemasaran melalui akun instagram, shopee, facebook dan Whatsapp toko Picanos juga memasang banner didepan toko picanos. Pada Ketrampilan dan komitmen yang dimiliki oleh Toko Picanos yang dituangkan terhadap setiap karyawan diharapkan Toko Picanos bisa memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan. Namun pada promosi yang dilakukan Toko Picanos selalu mencerminkan kreativitas sendiri, yakni ada karyawan khusus yang mana diperintahkan sebagai modeling dalam sebuah iklan promosi. Iklan yang ditayangkan bisa berupa video dengan cara pemakaian masker kain dengan benar serta kreativitas video lain.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan Toko Picanos menjelaskan terkait Toko Picanos dalam media promosi kreatif yang digunakan. Dimana Toko Picanos ini menawarkan produk masker kain dengan kreatif, terdapat modeling yang siap menawarkan produk Toko Picanos dengan menarik. Misalnya pada Produk masker kain, modeling menampilkan dengan beberapa kriteria mulai dari cara pemakaian, video kreator unik dan lainnya. “Ucap Pemilik Toko Picanos.

Dengan hal ini lah Toko Picanos bisa tetap bertahan hingga sekarang, walaupun wabah pandemi sudah mulai memudar. Akan tetapi tidak menjadikan Toko Picanos kehilangan pelanggan dan menurun pada pendapatan yang didapat.

D. Kendala Yang Dialami Picanos Store Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Syariah Agar Mampu Bertahan Di Era Pandemi COVID-19

Dalam suatu usaha bisnis pada perusahaan kecil maupun besar pasti memiliki kendala ketika berjalannya usaha tersebut. Hal ini bisa dilihat dengan strategi pemasaran yang dilakukan pada perusahaan. Jika kendala-kendala yang dihadapi tidak diselesaikan dengan baik, maka akan berdampak systemic terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan yang tidak terkecualai Toko Picanos.

Ibu Ipeh selaku sebagai pemilik Toko Picanos mengatakan bahwa :

“Di masa pandemi covid-19, masker kain khususnya di Toko Picanos benar-benar mengalami peningkatan yang sangat drastis di era sekitar tahun 2019-2020. Namun seiring berjalannya waktu wabah virus corona ini sudah semakin menipis. Sehingga minat pelanggan sekarang sedikit berkurang. Dan saat ini hanya mengandalkan pada penjualan dengan media online supaya bisa meningkat kembali pendapatan dari tahun sebelumnya. Walaupun tidak sepenuhnya mengalami peningkatan yang sama akan tetapi paling tidak mengalami peningkatan. Selain itu persaingan juga mulai meningkat namun untuk penjualan masker medis karena harga masker medis sudah kembali normal sehingga banyak pelanggan yang berpindah ke masker medis.”

Karyawan yang ada di Toko Picanos juga mengalami kendala yang dialami selama penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan :

“Pada saat pandemi covid-19 sedang meningkat drastis, Toko Picanos mengalami peningkatan hampir puluhan ribu masker dalam sehari, namun semakin kesini masker kembali menurun karena adanya persaingan yang ketat. Namun untuk penurunan pendapatan di tahun 2021-2022 tidak cukup drastis dari sebelumnya atau dikatakan cukup meningkat sedikit.”

Berdasarkan kendala yang telah diungkapkan dari hasil wawancara yang dilakukan diatas oleh peneliti, kendala di Toko Picanos dalam menerapkan Strategi Pemasaran Syariah di Era Pandemi *Covid-19* mengalami penurunan dikarenakan adanya persaingan yang ketat, namun hal itu tidak mengakibatkan penurunan yang drastis bagi Toko Picanos. Walaupun tidak mengalami kenaikan jumlah penjualan di era pandemi tahun 2019-2022, namun Toko Picanos tetap mengalami kenaikan sedikit demi sedikit (kembali normal sebelum wabah virus menyerang) ”

Situasi pandemi COVID-19 memberikan tantangan sekaligus peluang bagi UMKM untuk menjaga eksistensi dan mempertahankan bisnis. Ada beberapa solusi yang sebelumnya sudah dijelaskan diatas. Maka dari itu berikut solusi singkat yang harus dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut diantaranya :

1. Inovasi produk berdasarkan kebutuhan

Permintaan masker kain yang meningkat selama pandemic membuat banyak pembisnis pun banting setir dalam menciptakan produk-produk yang diinginkan oleh masyarakat. Membuat inovasi produk berdasarkan kebutuhan adalah salah satu solusi untuk bertahan di tengah pandemic. Namun wabah virus corona di masa sekarang sudah mulai membaik sehingga yang perlu dipertingkatkan kembali yaitu strategi yang dilakukan yang tentunya dalam mengatasi persaingan ketat (khususnya pada masker medis) saat ini.

2. Memaksimalkan pada media sosial dunia bisnis

Diperlukan hal ini karena untuk memaksimalkan media sosial bisnis untuk mengenalkan produk. Mulai dari nama akun, keterangan biodata, konten, caption, hastag perlu dipikirkan untuk menarik para konsumen yang akan datang. Selain itu juga harus ditambah dengan kreativitas yang kreatif supaya bisa lebih menarik konsumen seperti pada video kreator.

3. Memaksimalkan pelayanan kepada konsumen

Dengan memaksimalkan pelayanan ini bisa menjadikan konsumen merasa nyaman dan tertarik. Pemilik Toko Picanos mengatakan “Toko Picanos telah melakukan pelayanan dengan baik dan ramah kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan, maka kesimpulan yang didapat sehubungan dengan hasil penelitian, sebagai berikut :

1. Dalam melakukan strategi pemasaran Toko Masker Kain di Toko Picanos menggunakan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P yang terdiri dari strategi produk (product), strategi harga (price), strategi promosi (promotion), dan strategi tempat (place) yang dilandaskan dengan penerapan nilai-nilai syariah yang diterapkan dalam upaya mengelola suatu usaha bisnis. Pada penerapan strategi pemasaran syariah di Toko Picanos ini selalu diterapkan di setiap hari-harinya yang mana untuk bisa mempertahankan bisnis produk masker kain di Toko Picanos, Ledug Purwokerto.
2. Pada kendala yang dialami Toko Picanos yaitu diantaranya adanya persaingan yang ketat khususnya pada jenis masker yang lain, sehingga masyarakat lebih memilih masker yang lain dibanding masker kain. Sehingga pendapatan masih sempat turun namun masih dianggap standar normal. Dan mulai pada proses peningkatan pendapatan. Namun dengan adanya kendala ini Toko Picanos juga melakukan beberapa solusi yang harus dilakukan diantaranya yang sudah dijelaskan pada penerapan strategi pemasaran syariah, serta juga tetap memaksimalkan pelayanan dan juga media promosi sebagai pengoptimalan pendapatan.

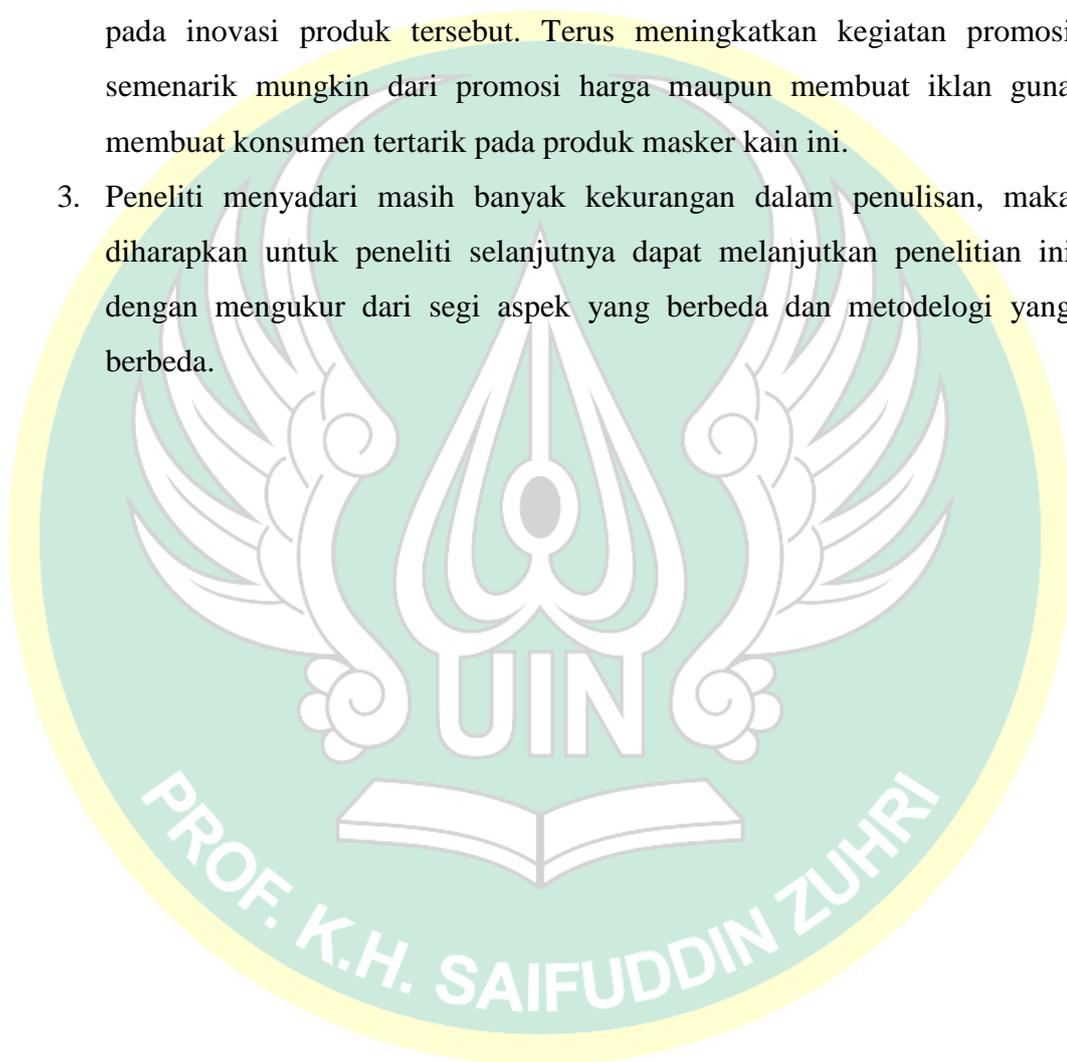
B. Saran

Berdasarkan pengamatan penulis mengenai strategi pemasaran produk yang di terapkan di Toko Picanos sebagai berikut :

1. Saran untuk Toko Picanos ini mungkin bisa lebih dioptimalkan kembali pada akun media sosial yang digunakan sebagai media promosi. Bisa ditambahkan

dengan media Tiktok shop atau aplikasi media sosial yang lain yang sedang trend di zaman sekarang.

2. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pengembangan, Toko Picanos terus meningkatkan kualitas produk guna menarik kepercayaan agar terus digunakan oleh konsumen. Dengan pengembangan produk baru pada model produk masker kain akan menimbulkan ketertarikan konsumen pada inovasi produk tersebut. Terus meningkatkan kegiatan promosi semenarik mungkin dari promosi harga maupun membuat iklan guna membuat konsumen tertarik pada produk masker kain ini.
3. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dan metodologi yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong , G. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Andika, F. 2012. Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Prespektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
- Anggraini, A. 2008. Strategi Pemasaran Online Menggunakan Search Bengine. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 6(2).
- Arifien. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(1).
- Arifin, Z., & Wibowo, D. H. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Administrasi Bisnis*, 29(1).
- Boone. 2002. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Cummins, J. 2010. *Promosi Penjualan*. Tangerang: Binarupa Aksara .
- Dirgantoro, C. 2001. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press.
- Gunawan, K. 2017. Srategi Pemasaran Dalam Peningkatan Usaha Para Anggota Baitul Mall. *Jurnal kajian bisnis ekonomi islam*, 10(2).
- Gunawan, K. R. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Masker. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1).
- Hardiyanto, F. 2020. Analisis Marketing Syariah Dalam Menghadapi Covid-19 (Studi Kasus Apri Hijab). *Administrasi*, 1(1).
- Henry. 2000. *manajemen pemasaran international*. Jakarta.
- Joseeph, C. 2008. *Dasar Pemasaran Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- K. P. 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Karim, A. 2002. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: The International Institute of Islamic.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. 2020. *Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Coronavirus*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Madura, J. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- McDaniel, C. 2001. *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muali, C., & Nisa, C. 2019. Pemasaran Syariah berbantuan media sosial : konsistensi strategis peningkatan daya jual. *Jurnal Ekonomi Syariah* , 5(2).
- Muhajir, N. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta.
- Norvadewi, 2015. Bisnis dalam Prespektif Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 01(01)
- Nurcholifah, I. 2014. Strategi marketing mix Dalam Prespektif Syariah. *Journal Of Islamic Studies*, 4(1).
- Panji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rinerka Cipta.
- Perhimpunan Dokter Paru Indonesia. (2020). *Pneumonia COVID-19 Diagnosis*. Jakarta: Perhimpunan Dokter Paru Indonesia.
- Prastowo. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan*. Yogyakarta.
- Puspitasari, A. W., & Oktafia, R. 2020. Analaisis Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2).
- Qardawi, Y. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ristyawati, A. 2020. Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Administrative Law & Governance*, 3(2).
- Selawati, D. 2017. analisis pemasran dalam peningkatan jumlah rumah. 1(2).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharsini. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta.
- Swasta, I. B. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: FE UI.
- Tamamudin. 2014. Merefleksikan Teori Pemasaran ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah. *Jurnal Hukum Islam*, 12(02).
- Tim Penerjemah Al-Qur'an. 2008. *Quran Tafwid dan Terjemah*. Jakarta: Magfirah Pustaka.

Wibowo, D. H., & Sunarti, Z. A. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).

Yuanita, V., & Diba, F. 2021. Komunikasi Word Of Mouth di Era Pandemi Covid-19. *Health Sains*, 2(1).

Yuliana. 2020. Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Wellness and healthy*, 2(1).



LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Obervasi Penelitian

Dokumentasi



Gambar 1. Lokasi Toko Picanos (Foto Depan)





Gambar 2. Tempat pemasaran produk masker kain



Gambar 3. Kegiatan Wawancara dengan Pemilik Toko Picanos (Ibu Ipeh)



Gambar 4. Jumlah penjualan selama pandemi Covid-19



Gambar 5. Contoh Produk Masker Kain Picanos bermotif



Gambar 6. Contoh Produk Masker Kain polos (biasa)



Gambar 7. Contoh Produk Masker Kain Tali serut (khusus wanita)



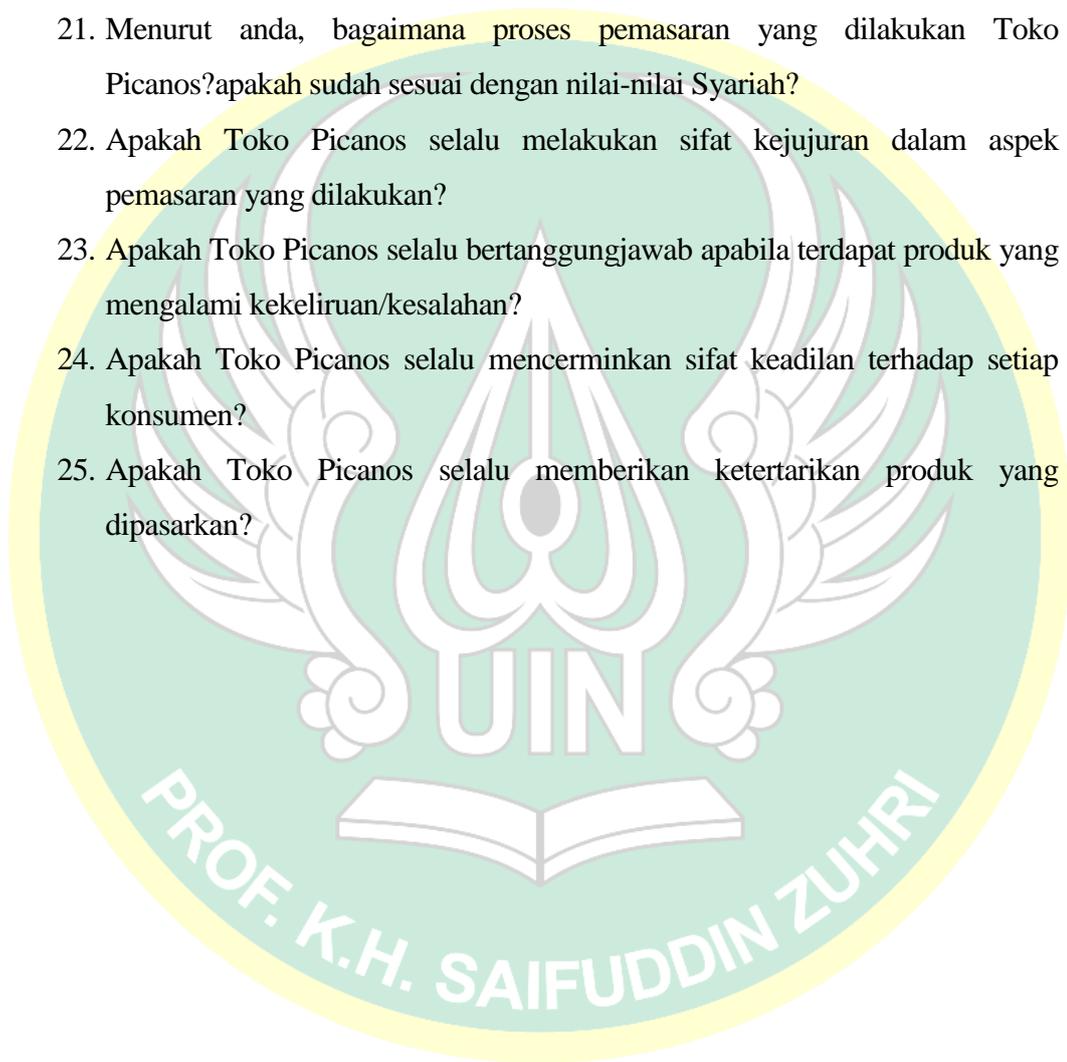
Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan

Kepada Narasumber dan Konsumen

Pertanyaan

1. Apa saja jenis produk masker kain yang dipasarkan oleh Picanos Store?
2. Adakah jenis produk masker kain yang paling banyak disukai oleh konsumen?
3. Apa yang dilakukan ketika ada konsumen komplain terkait produk yang dijual terdapat kecacatan?
4. Siapa saja struktur organisasi yang ada di Toko Picanos?
5. Apa visi dan misi dari Toko Picanos?
6. Apakah dalam proses produksi barang yang dijual karyawan tetap menggunakan protokol kesehatan?
7. Apa dalam Picanos Store ini memiliki akun media sosial sebagai media promosi?
8. Dimana Picanos Store dalam melakukan promosi melalui akun media sosial online?
9. Apa saja taktik yang dilakukan dalam proses promosi melalui media sosial pada Picanos Store?
10. Bagaimana memperoleh bahan baku di era pandemi covid-19?
11. Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan ketika masa pandemic?
12. Bagaimana cara yang dilakukan Picanos Store dalam menghadapi pandemic covid-19?
13. Bagaimana Picanos Store dalam menghadapi penjualan Masker kain di era pandemic?
14. Kapan Picanos Store mulai beroperasi dalam produksinya?
15. Siapa yang bertanggungjawab dalam proses pemasaran seperti promosi dan lainnya?
16. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah yang diterapkan dalam mempertahankan bisnis produk masker?
17. Apa saja kendala yang dialami selama penerapan strategi yang dilakukan?

18. Apa solusi yang dilakukan Toko Picanos dalam mengatasi kendala-kendala yang dialami?
19. Apakah Toko Picanos sudah mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen?
20. Apakah Produk Makser di Toko Picanos selalu sesuai dengan deskripsi produk?
21. Menurut anda, bagaimana proses pemasaran yang dilakukan Toko Picanos?apakah sudah sesuai dengan nilai-nilai Syariah?
22. Apakah Toko Picanos selalu melakukan sifat kejujuran dalam aspek pemasaran yang dilakukan?
23. Apakah Toko Picanos selalu bertanggungjawab apabila terdapat produk yang mengalami kekeliruan/kesalahan?
24. Apakah Toko Picanos selalu mencerminkan sifat keadilan terhadap setiap konsumen?
25. Apakah Toko Picanos selalu memberikan ketertarikan produk yang dipasarkan?



Lampiran 3 : Hasil Wawancara

Dari Narasumber dan Konsumen

Pertanyaan

1. Apa saja jenis produk masker kain yang dipasarkan oleh Picanos Store?

Jawab : Jenis produk masker kain yang dipasarkan di Toko Picanos yaitu diantaranya masker kain biasa dengan model tali sambung, tali karet, tali hijab, tali serut, dan lainnya. Selain itu jenis masker kain yang lain ada masker kain bahan brukat, masker motif bunga, motif kartun untuk anak-anak, masker brukat dengan manik-manik.

2. Adakah jenis produk masker kain yang paling banyak disukai oleh konsumen?

Jawab : Ada, lebih khusus pada masker kain biasa yakni pada model tali sambung, tali karet, tali hijab, tali serut. Menurut pendapat konsumen yang lebih menyukai masker tersebut karena pemakaiannya yang mudah dan simple, sehingga banyak yang minat pada jenis masker kain yang dengan model biasa.

3. Apa yang dilakukan ketika ada konsumen komplain terkait produk yang dijual terdapat kecacatan?

Jawab : Yang dilakukan oleh Toko Picanos ketika ada komplain dari konsumen seperti ini, Picanos akan bertanggungjawab dengan cara mengganti produk barang yang mengalami kecacatan. Misalnya pada penjualan melalui media online Shopee, maka dari pihak Picanos membolehkan konsumen tersebut untuk mengajukan pengembalian barang, baik akan diganti dengan uang ataupun diganti dengan produk masker kain yang bagus.

4. Siapa saja struktur organisasi yang ada di Toko Picanos?

Jawab : Struktur Organisasi yang ada di Toko Picanos yaitu ada pemilik yaitu Ibu Ipeh, untuk karyawan terdapat 3 yakni ditempatkan pada bagian live dan Keuangan serta untuk karyawan 2 dan 3 ditempatkan pada bagian pemasaran seperti admin pada akun media sosial yang digunakan Picanos sebagai media

promosi. Selanjutnya ada penjahit / konveksi, dimana yang menjadi penjahit ini rata-rata kalangan ibu-ibu muda yang tentunya mempunyai mesin jahit yang kemudian ditugaskan untuk memproduksi dari pembuatan produk masker kain. Para penjahit ini pada saat pandemi covid-19 tahun 2019-2020 yang sedang menjolaknya, penjahit yang ada bisa sampai 30 orang yang masing-masing memiliki mesin jahit dari 2-3 mesin. Namun seiring berjalannya waktu para penjahit saat ini sedang tidak memproduksi begitu banyak masker karena wabah virus sudah kembali normal sehingga permintaan yang diminta menurun. Dan untuk saat ini hanya sekitar 3 orang yang masing-masing memiliki mesin jahit 2-3, akan tetapi tidak berarti wabah virus menurun produk yang dikembangkan pun menurun. Sebab Toko Picanos telah membuat masker kain dari tahun 2017 yang selalu diminati banyak orang.

5. Apa visi dan misi dari Toko Picanos?

Jawab : Visi yaitu Untuk menjadikan Toko Picanos sebagai salah satu toko dengan pelayanan kerajinan produk masker kain dengan kualitas yang baik. Dan untuk misi dari Toko Picanos adalah diantaranya mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen yang dapat memuaskan pelanggan dan juga mendapatkan omset pendapatan yang lebih, menarik pelanggan dengan dengan melakukan kreativitas pada model-model masker kain menyesuaikan dengan trend yang ada di masa sekarang, melakukan berbagai promosi yang menarik untuk meningkatkan daya beli pelanggan, dan lainnya.

6. Apakah dalam proses produksi barang yang dijual karyawan tetap menggunakan protokol kesehatan?

Jawab : Ya, tetap menggunakan protokol kesehatan.

7. Apa dalam Picanos Store ini memiliki akun media sosial sebagai media promosi?

Jawab : Ya, Toko Picanos mempunyai akun media sosial diantaranya : Facebook, Shopee, Whattshap, dan lainnya dengan nama @Picanos Store.

8. Dimana saja Picanos Store dalam melakukan promosi melalui akun media

sosial online?

Jawab : Akun media sosial yang dipakai yaitu seperti Facebook, Shopee, Whattshap.

9. Apa saja taktik yang dilakukan dalam proses promosi melalui media sosial pada Picanos Store?

Jawab : Taktik yang digunakan dalam proses promosi tentunya untuk bisa menarik para pelanggan dengan melalui berbagai macam video (modeling pemakaian masker kain), Caption atau kata-kata yang digunakan bisa menarik konsumen.

10. Bagaimana memperoleh bahan baku di era pandemi covid-19?

Jawab : Toko Picanos dalam perolehan bahan baku di era pandemi Covid-19 bisa dikatakan susah-susah gampang, akan tetapi Picanos tetap harus memperoleh bahan itu walaupun dengan harga yang mahal.

11. Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan ketika masa pandemic?

Jawab : Di Toko Picanos, sistem pembayaran yang dilakukan pada masa pandemi yaitu hanya dilakukan dengan melalui media online. Hampir lama Picanos menerapkan hal tersebut karena guna untuk bisa meminimalisir adanya wabah virus corona yang meningkat tinggi. Sehingga dari pihak Toko menutup toko sementara waktu. Namun untuk saat ini Picanos sudah mulai aktif kembali dan bisa membeli dengan offline.

12. Bagaimana cara yang dilakukan Picanos Store dalam menghadapi pandemic covid-19?

Jawab : Cara yang dilakukan Picanos sendiri pada saat itu sedikit tidak beraturan karena benar-benar menjolak sekali dalam penerimaan orderan. Tentu ada banyak pesaing yang ketat, namun Picanos selalu menerapkan strategi pemasaran dengan sistem syariah yang mana pelanggan bisa tetap bertahan.

13. Bagaimana Picanos Store dalam menghadapi penjualan Masker kain di era pandemic?

Jawab : Cara yang dilakukan Picanos dalam menghadapi Pandemi covid-19 tentu sedikit tidak beraturan karena menjolaknya pesanan pada saat itu

sehingga banyak pelanggan yang tidak kebagian dalam pemesanan tersebut. walaupun sudah penambahan bahan baku pun pelanggan picanos masih ada yang tidak mendapatkan masker kain.

14. Kapan Picanos Store mulai beroperasi dalam produksinya?

Jawab : Picanos mulai beroperasi yaitu pada tahun 2017

15. Siapa yang bertanggungjawab dalam proses pemasaran seperti promosi dan lainnya?

Jawab : Yang bertanggungjawab yakni karyawan 2 dan 3 yang bertugas pada bagian pemasaran yang mengatur penjualan di media online serta pengecekan stok yang tersedia.

16. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah yang diterapkan dalam mempertahankan bisnis produk masker?

Jawab : Penerapan strategi pemasaran Toko Masker Kain di Toko Picanos menggunakan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P yang terdiri dari strategi produk (product), strategi harga (price), strategi promosi (promotion), dan strategi tempat (place) yang dilandaskan dengan penerapan nilai-nilai syariah yang diterapkan dalam upaya mengelola suatu usaha bisnis.

17. Apa saja kendala yang dialami selama penerapan strategi yang dilakukan?

Jawab : Pada kendala yang dialami Toko Picanos yaitu diantaranya adanya persaingan yang ketat khususnya pada jenis masker yang lain, sehingga masyarakat lebih memilih masker yang lain dibanding masker kain. Sehingga pendapatan masih sempat turun namun masih dianggap standar normal. Dan mulai pada proses peningkatan pendapatan.

18. Apa solusi yang dilakukan Toko Picanos dalam mengatasi kendala-kendala yang dialami?

Jawab : Namun dengan adanya kendala yang terdapat pada Toko Picanos maka perlu untuk ditindaklanjuti dengan melakukan beberapa solusi yang harus dilakukan diantaranya yang sudah dijelaskan pada penerapan strategi pemasaran syariah, serta juga tetap memaksimalkan pelayanan

dan juga media promosi sebagai pengoptimalan pendapatan.

19. Apakah Toko Picanos sudah mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen?

Jawab : “Ya sudah mampu, Toko ini sudah bisa mampu memberikan pelayanan yang baik, dimana seperti dengan membalas chat kepada konsumen yang ingin membeli produk masker dengan ramah. Selain itu juga ketika membeli langsung ke Toko untuk pelayanan yang diberikan juga nyaman, dan bagi saya tidak merasa terganggu.”

20. Apakah Produk Makser di Toko Picanos selalu sesuai dengan deskripsi produk?berikan contohnya

Jawab : Ya sesuai dengan deskripsi produk. Misalnya ketika pelanggan ingin membeli produk masker kain, Toko Picanos selalu menjelaskan detail dari produk yang dipasarkan baik dalam bahan yang digunakan, cara pemakaian dan lainnya.

21. Menurut anda, bagaimana proses pemasaran yang dilakukan Toko Picanos?apakah sudah sesuai dengan nilai-nilai Syariah?

Jawab : Ya bagi saya sudah. Dimana Toko ini selalu bersifat jujur dalam melayani pelanggan. Selain sifat jujur, Karyawan dan Pemilik di Toko Picanos selalu menerapkan sifat yang bisa mendapat kepercayaan konsumen, bisa komunikatif terhadap pelanggan, serta kreatif dalam melayani pelanggan yang sedang dilayani.

22. Apakah Toko Picanos selalu melakukan sifat kejujuran dalam aspek pemasaran yang dilakukan?

Jawab : Ya, toko ini selalu melakukan aspek kejujurannya baik dalam pelayanan pada produk yang dijual, harga, tempat/lokasi toko, dan juga promosi yang diterapkan juga sesuai dengan keaslian produknya.

23. Apakah Toko Picanos selalu bertanggungjawab apabila terdapat produk yang mengalami kekeliruan/kesalahan?

Jawab : Ya, Toko Picanos selalu memberikan pelayanan yang baik. Apabila ada kekeliruan dalam pengiriman produk pun toko ini siap bertanggungjawab dengan senang hati.

24. Apakah Toko Picanos selalu mencerminkan sifat keadilan terhadap setiap konsumen?

Jawab : Ya, toko ini selalu tidak membeda-bedakan antara pembeli yang satu dengan yang lain.

25. Apakah Toko Picanos selalu memberikan ketertarikan produk yang dipasarkan?

Jawab : “Ya, Toko Picanos selalu menambahkan beberapa produk baru yang bisa menarik konsumen, khususnya pada penambahan kreasi manik-manik lucu serta membuat konsumen pun minat dalam membeli produk masker kain ini.”



Lampiran 4 : Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 2363/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/IX/2021

Purwokerto 30 September 2021

Lamp : -

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu Sofia Yustiani S, M.Si
 Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
 Di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

1. Nama : Shoffyani Yusuf
2. NIM : 1817201159
3. Semester : 7
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Alamat : Gang Setrawidjaja II, Karanglewas Lor RT 01/02 Purwokerto Barat. Kab. Banyumas
6. Judul Skripsi : Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Bisnis Produk Masker Kain Di Era Pandemi Covid-19 (Studi kasus Toko Masker Picanos, Ledug Purwokerto)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Jurusan Ekonomi Syariah

Maela Hilyatin, S.E., M.S.I.

NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 5 : Surat ketersediaan Pembimbing

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 2285/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/IX/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Shofiyani Yusuf NIM 1817201159
Judul Skripsi : PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM
MEMPERTAHANKAN BISNIS PRODUK MASKER KAIN DI ERA PANDEMI COVID-
19 (Studi kasus toko masker picanos Ledug Purwokerto)

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

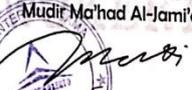
Purwokerto, 24 September 2021.



Sofia Yustiani S, M.Si
NIP. 197807162009012006

*Catatan: *Coret yang tidak perlu*

Lampiran 6 : Sertifikat BTA PPI

		<p style="text-align: center;">KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id</p>												
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/010/2018</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p style="text-align: center;"><u>SHOFIYANI YUSUF</u> 1817201159</p>														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERI UJIAN</th> <th>NILAI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Tes Tulis</td> <td>81</td> </tr> <tr> <td>2. Tartil</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>3. Tahfidz</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>4. Imla'</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>5. Praktek</td> <td>80</td> </tr> </tbody> </table>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	81	2. Tartil	80	3. Tahfidz	80	4. Imla'	75	5. Praktek	80	<p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p style="text-align: right;">Purwokerto, 10 Oktober 2018 Mudir Ma'had Al-Jami'ah,  Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP. 19570521 198503 1 002</p>	
MATERI UJIAN	NILAI													
1. Tes Tulis	81													
2. Tartil	80													
3. Tahfidz	80													
4. Imla'	75													
5. Praktek	80													
<p>NO. SERI: MAJ-2018-MB-054</p>														


PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 7 : SKL Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 687/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Shofiyani Yusuf
NIM : 1817201159
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.S
Judul : Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Bisnis Produk Masker Kain Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Masker Picanos Store, Ledug Purwokerto)

Pada tanggal 21/02/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 25 Februari 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hiliyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 8 : SKL Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1063/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/04/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Shofiyani Yusuf
NIM : 1817201159
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 26/04/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **71 / B**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **28 April 2022**
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 9 : Sertifikat PPL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Shofiyani Yusuf
NIM : 1817201159

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Purbalingga

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.
 Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqosyah/Skripsi*.

<p>Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</p>  <p>Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag NIP. 19730921 200212 1 004</p>	<p>Purwokerto, 4 April 2022</p> <p>Kepala Laboratorium FEBI</p>  <p>H. Sochimim, Lc., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001</p>
--	--



Lampiran 10 : Sertifikat KKN



SERTIFIKAT

Nomor: 315/K.LPPM/KKN.48/08/2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **SHOFIYANI YUSUF**
NIM : **1817201159**
Fakultas/Prodi : **FEBI / ESY**

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-48 Tahun 2021
dan dinyatakan **LULUS** dengan Nilai **86 (A)**.



Purwokerto, 29 Oktober 2021
Ketua LPPM,
Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

K.H. SAIFUDDIN

Lampiran 11 : Sertifikat PBM



Lampiran 12 : Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126


IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/6581/VI/2022

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

SHOFIYANI YUSUF
 NIM: 1817201159

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 30 Juni 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

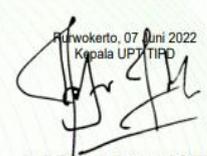
MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	75 / B





Purwokerto, 07 Juni 2022
 Kepala UPT TIPD


Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
 NIP: 19801215 200501 1 003



Lampiran 13 : Sertifikat Bahasa Arab

السرتيفكاه

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٨/٩٩٨٨

منحت الى

الاسم : صفيانى يوسف

المولودة : بيانوماس، ٣٠ يونيو ٢٠٠٠

الذى حصل على

٥٣ : فهم المسموع

٥١ : فهم العبارات والتراكيب

٥١ : فهم المقروء

٥١٧ : النتيجة



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١
ديسمبر ٢٠١٨

بوروكرتو، ١١ ديسمبر ٢٠١٨
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

الدكتور صبور، الماجستير.
رقم التوظيف: ١٠٠٥ ١٩٩٣٠٣ ١٩٦٧٠٣٠٧



ValidationCode

Lampiran 14 : Sertifikat Bahasa Inggris

EPTIP CERTIFICATE

(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)
Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/9988/2018

This is to certify that

Name : SHOFIYANI YUSUF
Date of Birth : BANYUMAS, June 30th, 2000

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 49
2. Structure and Written Expression	: 49
3. Reading Comprehension	: 47

Obtained Score : 482



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, December 11th, 2018
Head of Language Development Unit,

Dr. Subur, M.Ag.
NIP: 19670307 199303 1 005



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Shofiyani Yusuf
2. NIM : 1817201159
3. Tempat/Tgl/lahir : Banyumas, 30 Juni 2000
4. Alamat Rumah : Karanglewas Lor, RT 01/02
Purwokerto Barat,
Banyumas.
5. Email : shofiyusuf10@gmail.com
6. Nama Orangtua
 - a. Nama Bapak : Waryono M. Yusuf
 - b. Nama Ibu : Siti Chalimah
7. Pekerjaan Orangtua
 - a. Bapak : Pedagang
 - b. Ibu : Mengurus Rumah Tangga
8. Pendidikan Formal
 - a. TK Diponegoro 156 Tahun 2005
 - b. SDN 1 Karanglewas Lor Tahun 2006-2012
 - c. MTs N Model Purwokerto Tahun 2012-2015
 - d. MAN 2 Purwokerto Tahun 2015-12018
 - e. UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2018-2022
9. Pengalaman Organisasi
 - a. CEO (Creative Entrepreneur Organization) Tahun 2018-2019
 - b. PIQSI UIN SAIZU PURWOKERTO Tahun 2018-2019
 - c. FAC FEBI UIN SAIZU PURWOKERTO Tahun 2019

Purwokerto, 08 Juni 2022



Shofiyani Yusuf
NIM.1817201159