Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah
Vol 12, No. 1, 2025, hlm. 149 - 160
http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index
ISSN-e 2715-7334 | ISSN-P 2654-3567



TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI PEMASARAN BUSANA MUSLIM DI TOKO PURNAMA STORE MUARA SABAK BARAT KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR

Siti Hanna Fadhila Syahira,[1] Daud,[2] Ahmad Edi Saputra,[3] Wandi[4]
[1,2,3,4]Institut Islam Al-Mujaddid Sabak, Indonesia
E-mail:sitihannafadhila@gmail.com

Received: September *Revised: Desember* *Accepted: Januari*

ABSTRACT

Marketing strategy is a series of business steps designed at the product presentation stage to attract consumer interest in buying the product. In addition to attracting consumer attention to buy, marketing strategy also aims to ensure that consumers understand the products offered, verify their quality, and encourage repeat purchases. This study uses a field approach with a qualitative descriptive method. Data collection was carried out through observation, interviews, and documentation. The data collected was then analyzed to answer the research problems. The purpose of this study was to identify the marketing strategies implemented by Toko Purnama Store Muara Sabak. The results showed that Toko Purnama Store Muara Sabak has an effective defensive marketing strategy, with a variety of products, both from big and local brands, as well as adequate services and has undergone training. The pricing of goods is based on the policies of the central big brand and local market prices for local products. Promotion is carried out through social media such as WhatsApp, Facebook, TikTok, live streaming, and Instagram. Islamic values are applied in store operations, which can be seen from the obligation of employees to wear gamis and hijab uniforms, as well as the requirement for employees to be Muslim.

***Keywords**: Islamic Business Ethics, Marketing Strategy, Muslim Clothing*

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan serangkaian langkah bisnis yang dirancang pada tahap penyajian produk untuk menarik minat konsumen membeli produk. Selain menarik perhatian konsumen untuk membeli, strategi pemasaran juga bertujuan memastikan konsumen memahami produk yang ditawarkan, memverifikasi kualitasnya, dan mendorong pembelian ulang. Penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan dengan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menjawab permasalahan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Purnama Store Muara Sabak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Purnama Store Muara Sabak memiliki strategi pemasaran bertahan yang efektif, dengan beragam produk, baik dari brand besar maupun lokal, serta layanan yang memadai dan telah melalui pelatihan. Penetapan harga barang didasarkan pada kebijakan brand besar pusat dan harga pasar lokal untuk produk lokal. Promosi dilakukan melalui media sosial seperti

This is an open access article under CC-BY-SA license.

WhatsApp, Facebook, TikTok, live streaming, dan Instagram. Nilai-nilai Islam diterapkan dalam operasional toko, yang terlihat dari kewajiban karyawan mengenakan seragam gamis dan berhijab, serta persyaratan karyawan beragama Islam.
Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran, Busana Muslim*

PENDAHULUAN

Islam mengatur tata cara berpakaian sesuai dengan syariat. Bagi laki-laki muslim, aurat yang harus ditutup adalah bagian tubuh dari pusar hingga lutut. Ketentuan ini berlaku baik saat melaksanakan ibadah shalat maupun dalam aktivitas sehari-hari. Sementara itu, bagi wanita muslimah, diwajibkan menutup aurat mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki, kecuali wajah dan telapak tangan. Meskipun banyak umat Islam yang telah memahami aturan ini, penerapannya tetap bergantung pada cara individu dalam menjaga agar aurat benar-benar tertutup sesuai dengan tuntunan agama[1].

Busana muslim merupakan pakaian yang dikenakan oleh umat Islam, baik perempuan (muslimah) maupun laki-laki (muslim), dalam aktivitas sehari-hari. Pakaian ini berfungsi sebagai identitas umat Islam sekaligus bertujuan untuk menutup aurat sesuai dengan ajaran agama. Dengan desain yang longgar, busana muslim dianggap sebagai wujud kepatuhan terhadap syariat, karena bertujuan untuk menutupi bagian tubuh yang dapat memancing syahwat dan tidak pantas ditampilkan di tempat umum[2].

Wanita di berbagai belahan dunia mengenal dan mengenakan busana muslimah dengan beragam ukuran, motif, warna, bentuk, dan gaya, bahkan disesuaikan dengan aturan yang berbeda-beda. Penggunaan busana muslimah di kalangan wanita muslim mencerminkan meningkatnya kesadaran dalam menjalankan ajaran agama atau sekadar mengikuti tren mode terkini[3]. Islam tidak hanya mengatur tentang cara berpakaian, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan seorang muslim dan muslimah. Salah satu di antaranya adalah tata cara dalam mencari dan memperoleh rezeki.

Salah satu cara untuk mencari rezeki adalah melalui aktivitas berbisnis. Setiap hari, jutaan orang terlibat dalam dunia bisnis, baik sebagai produsen, distributor, maupun konsumen. Saat ini, dunia bisnis berkembang dengan sangat pesat, sehingga diperlukan upaya dan waktu yang cukup, baik bagi pelaku bisnis maupun bagi mereka

---

[1] Muhammad Abdurrahman, *"Akhlak: Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia"*, (Jakarta: Rajawali Press), (2016), hlm. 229

[2] Editor Kanal Info, *"Pengertian Busana Muslim", Pengertian Busana Muslim (*kanalinfo.web.id), 28 Februari 2024, jam 23.33 WIB

[3] Bahrun Ali Murtopo, *"Etika Berpakaian Dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam"*. Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan, Vol. 1 No. 2 (2017), h. 243

yang ingin mempelajari dan menjalankan bisnis hingga mencapai kesuksesan. Dalam menjalankan bisnis atau usaha, hal yang sangat penting adalah menjunjung tinggi etika[4]. Islam menempatkan etika sebagai prinsip utama, menjadi sumber nilai yang mengatur setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Qur'an memberikan pedoman agar bisnis dilakukan berdasarkan prinsip kerelaan bersama, tanpa unsur eksploitasi, serta menjaga hubungan yang harmonis, jujur, dan bebas dari praktik kecurangan.[5]

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan salah satu aspek penting yang mendukung keberhasilan suatu usaha. Melalui pemasaran, pelaku bisnis dapat memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada konsumen serta mendorong terjadinya transaksi. Strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan penjualan sekaligus keuntungan perusahaan. Salah satu jenis pemasaran yang memiliki peluang cerah di Indonesia adalah pemasaran busana muslim. Hal ini disebabkan oleh tingginya jumlah penduduk muslim di Indonesia yang terus bertambah. Dalam pemasaran, diperlukan langkah-langkah strategis dan tindakan yang terukur agar produk perusahaan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, pelaku bisnis harus memperhatikan etika bisnis, termasuk etika bisnis Islam. Etika merupakan cabang ilmu yang mempelajari perilaku manusia.[6] Etika bisnis Islam adalah kumpulan aturan atau norma yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan bisnis berdasarkan nilai-nilai Islam. Tujuan utama dari etika bisnis Islam adalah menciptakan aktivitas bisnis yang adil, jujur, dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah.

Etika bisnis adalah bidang keilmuan yang mempelajari standar etika sebagai pedoman dalam berperilaku di dunia bisnis. Bidang ini berfokus pada penerapan prinsip-prinsip etika dalam berbagai aktivitas bisnis, termasuk hubungan antara pelaku usaha, konsumen, karyawan, dan masyarakat. Etika bisnis Islam, di sisi lain, merupakan perilaku etis dalam bisnis yang didasarkan pada nilai-nilai syariah, dengan

---

[4] Azahra Eka Putri, Dwi Septi Nuraeni, Lilis Renfiana, "Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transakasi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Pagi 28 Purwoasri Metro Utara)", SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Volume 1 No 6 Desember 2023 e-ISSN: 3025-7948; Hal 260-274 DOI : https://doi.org/10.61132/santri.v1i6.130

[5] Sri Nawatmi, "*Etika Bisnis dalam Prespektif Islam"*, Jurnal Ekonomi, Vol. 9 No. 1 (2010), hlm 54.

[6] Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 11

mengutamakan aspek halal dan haram, serta berpegang pada prinsip untuk mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya.[7] Etika ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga bertujuan menciptakan keadilan, transparansi, dan kemaslahatan bagi semua pihak yang terlibat.

Toko Purnama Store, sebuah toko busana muslim di Kabupaten Tanjung Jabung Timur, merupakan contoh penerapan strategi pemasaran yang selaras dengan prinsip etika bisnis Islam. Berdiri sejak tahun 2015, toko ini tidak hanya menawarkan berbagai macam busana muslim, tetapi juga menjalankan kegiatan bisnis dengan memperhatikan nilai-nilai syariah. Hal ini terlihat dari produk yang dijual, seperti pakaian muslim untuk semua kalangan, perlengkapan umroh, hingga aksesori hijab dari brand-brand terkenal yang mendukung gaya hidup halal.

Dalam strategi pemasarannya, Toko Purnama Store menunjukkan komitmen terhadap kejujuran dan keadilan, sebagaimana diajarkan dalam etika bisnis Islam. Sistem transaksi yang terintegrasi melalui komputer menjamin transparansi dalam setiap proses jual beli, sehingga menciptakan rasa percaya di antara pelanggan. Selain itu, toko ini juga memanfaatkan *platform* digital seperti WhatsApp untuk menjangkau konsumen lebih luas, memberikan promosi, serta menampilkan model busana terbaru dengan cara yang kreatif dan menarik, tanpa melanggar nilai-nilai agama.

Lebih jauh, Toko Purnama Store memberikan kontribusi sosial melalui penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan membuka peluang usaha bagi reseller dengan bimbingan penuh. Hal ini mencerminkan semangat Islami dalam membantu sesama dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dengan jam operasional yang panjang, toko ini juga menunjukkan dedikasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan layanan yang maksimal. Toko Purnama Store menjadi contoh nyata bagaimana etika bisnis Islam dapat diintegrasikan dalam strategi pemasaran, yang tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan, tetapi juga menciptakan manfaat bagi masyarakat dan tetap berpegang pada nilai-nilai syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan pada jurnal ini adalah metode kualitatif, yang dimulai dengan pemikiran induktif dan berfokus pada pengamatan objektif partisipatif

[7] H. Fakhry Zamzam, dkk., *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm 4.

terhadap fenomena sosial.[8] Penelitian kualitatif lebih mengutamakan deskripsi data yang diperoleh dari lapangan, dengan analisis mendalam mengenai makna di balik fenomena yang terlihat nyata.[9] Ciri khas penelitian kualitatif adalah penggambaran peristiwa secara deduktif, yang menekankan pemahaman tentang makna-makna di setiap kejadian[10] terkait dengan Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Busana Muslim di Toko Purnama Store Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan tujuan untuk memahami fenomena yang terjadi, serta memperoleh data berupa informasi, pandangan, dan pendapat dari pelaku usaha dan konsumen yang menjadi bahan analisis. Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian deskriptif kualitatif, yang mengandalkan data kualitatif yang disajikan dalam bentuk deskriptif, seperti teks atau kata-kata. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan partisipan yang terdiri dari pemilik dan karyawan toko, karena mereka adalah pihak yang paling memahami dan memiliki informasi terkait topik penelitian. Lokasi penelitian dipilih berdasarkan relevansinya dengan masalah yang diteliti, yaitu Toko Purnama Store yang terletak di Kelurahan Rano, Kecamatan Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Untuk memperoleh data yang objektif dan relevan, peneliti menggunakan beberapa metode ilmiah sebagai landasan, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.[11] Proses analisis data melibatkan penyusunan data secara sistematis berdasarkan hasil observasi, wawancara, catatan laporan, dan dokumentasi. Data tersebut kemudian dikelompokkan dalam kategori, disintesis, dan dianalisis untuk menemukan pola serta hal-hal yang penting untuk dipelajari dan disampaikan.

Pengecekan atau uji keabsahan data adalah langkah penting dalam penelitian ini untuk memastikan kebenaran dan keandalan informasi yang diperoleh. Karakteristik utama penelitian ini adalah dilakukan dalam kondisi alamiah, langsung ke sumber data, dengan peneliti sebagai instrumen utama yang menyajikan data dalam bentuk kata-kata

[8] Nursapia Harahap, *"Penelitian Kualitatif"*. (Wal Ashri Publishing, 2020), hlm. 22

[9] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kualitatif".* (Alfabeta Bandung, 2020), hlm. 10

[10] Kaharuddin, *"Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi".* Vol. 09, No. 01, (2021), h. 02

[11] Muhammad Rijal Fadli, *"Memahami desain metode penelitian kualitatif".* Vol. 21, No. 01, (2021), hlm.41

atau gambar, serta lebih mengutamakan proses daripada hasil akhir[12]. Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna di balik data yang diamati dan mengungkapkan nilai-nilai yang terkandung dalam fenomena tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Busana Muslim Di Toko Purnama Store Muara Sabak Barat Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Dalam dunia jual beli, diskon merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling sering digunakan. Diskon, atau potongan harga, adalah pengurangan harga yang diberikan langsung kepada konsumen pada saat pembelian produk, yang bertujuan untuk menarik lebih banyak pembeli[13]. Dalam Islam, transaksi jual beli sudah diatur dengan jelas, termasuk tentang diskon. Beberapa ulama memperbolehkan diskon asalkan memenuhi syarat-syarat tertentu yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sementara ada juga yang melarangnya karena dianggap dapat menimbulkan dampak negatif dalam transaksi.

Sering kali, tawaran diskon yang besar menarik perhatian banyak orang untuk berbelanja, bahkan rela mengantri berjam-jam demi mendapatkan potongan harga tersebut. Namun, dalam penerapannya, diskon tidak boleh dilakukan dengan cara yang melanggar etika. Sebagai contoh, beberapa toko atau penyedia jasa terkadang menawarkan diskon dengan syarat yang tidak wajar, seperti meminta konsumen melakukan tindakan tertentu yang bertentangan dengan norma atau etika. Dalam Islam, jika suatu diskon dilakukan dengan cara seperti ini, maka diskon tersebut menjadi haram karena bisa menyebabkan kerugian atau ketidakadilan bagi konsumen.

Toko Purnama Store adalah salah satu contoh toko yang menawarkan diskon dengan menggunakan sistem kartu member. Pelanggan bisa mendapatkan kartu member dengan cara melakukan pembelanjaan minimal 500.000 atau membeli produk senilai 300.000 dan membayar 30.000 untuk memperoleh kartu member. Dengan kartu member, pelanggan bisa mendapatkan potongan harga pada pembelian selanjutnya, yang tentunya menjadi daya tarik bagi konsumen yang sering berbelanja di toko tersebut.

---

[12] Somantri, G. (2005). "Memahami Metode Kualitatif". *Makara Human Behavior Studies in Asia*, *9*(2), 57–65. https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122

[13] Denok Wahyudi Setyo Rahayu, "Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square", *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, Volume 12 Nomor 2 Tahun 2019.*

Namun, reaksi dari pelanggan terhadap kartu member ini sangat beragam. Beberapa pelanggan merasa bahwa kartu member memberikan keuntungan yang signifikan, karena mereka bisa mendapatkan diskon dan penawaran khusus. Namun, tidak sedikit juga yang merasa bahwa diskon yang diberikan justru memberatkan mereka. Banyak pelanggan yang merasa bahwa untuk mendapatkan kartu member, mereka harus mengeluarkan uang lebih dahulu, padahal keuntungan yang diperoleh dari diskon tersebut terkadang tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini menciptakan persepsi bahwa kartu member lebih banyak memberikan kerugian daripada manfaat, terutama bagi pelanggan yang tidak terlalu sering berbelanja di toko tersebut.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun diskon dapat menjadi strategi yang efektif dalam menarik pelanggan, pelaksanaannya harus mempertimbangkan etika dan prinsip keadilan, agar tidak merugikan konsumen. Dalam konteks Islam, diskon yang dilakukan dengan cara yang adil dan sesuai syariah akan memberikan manfaat baik bagi penjual maupun pembeli, serta menjaga hubungan bisnis yang saling menguntungkan dan tidak merugikan salah satu pihak.

Hasil wawancara dengan pihak Toko Purnama Store Muara Sabak Barat mengenai tinjauan etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran di toko tersebut di Kabupaten Tanjung Jabung Timur adalah sebagai berikut: Ibu Purnama Wati, selaku pemilik Toko Purnama Store Muara Sabak Barat, menjelaskan bahwa:

> *"Toko Purnama Store memiliki beberapa kebijakan tidak tertulis tapi wajib dilaksanakan yaitu kami merekrut setiap pegawai yang menganut agama Islam atau seorang muslimah. Kami juga mewajibkan pegawai untuk berpakaian seragam gamis dari toko kami yang tidak membentuk tubuh serta mewajibkan pegawai untuk menggunakan hijab dengan rapi. Setiap tibanya waktu untuk melaksanakan kewajiban shalat, maka karyawan diharapkan untuk melaksanakan ibadah bagi yang tidak berhalangan. Produk yang kami jualkan pasti selalu bersih tanpa adanya noda najis, selalu bersih, dan tertata. Produk yang kami jualkan pun mengenai busana muslim jadi sudah dipastikan konsumen yang menggunakan akan tertutupi auratnya. Karena toko kami juga merupakan beberapa produk brand jadinya untuk penataan, distributor, pelatihan pegawai, dan pembukuan sudah diatur dan dipraktekkan kepada pihak kami langsung, bahkan untuk pencatatan kepusat itu selalu lengkap dari catatan perhari hingga pertahunnya. Untuk mentukan tata letak produk itu selalu di musyawahkan bersama dahulu karena setiap penataan itu memiliki sudut pandang yang berbeda-beda untuk setiap orang".*

Selanjutnya peneliti mewawancarai konsumen dari toko Purnama Store Muara Sabak Barat mengenai penerapan nilai Islam, Yeni Susilawati memberikan penjelasan bahwa:

> *"Toko Purnama Store Muara Sabak Barat dari mulanya saya berlangganan, toko ini sangat menarik perhatian dari jalan dan menyita perhatian saya karena dari tempat parkiran yang bersih serta dekat dengan taman, ketika saya memasuki toko ini sangat bersih, rapi, memiliki perilaku pegawai yang lemah lembut, pegawainya berpakaian rapi dengan balutan busana muslim. Mereka pula selalu bergantian kerja saat akan menunaikan shalat saat waktu beribadah tiba. Selaku konsumen, meyakini transaksi yang terlaksankan itu halal karena menjualkan produk busana muslim. Karena nilai Islam di toko. Namun, toko Purnama Store ini memiliki sistem yang saya rasa memberikan kerugian atau menyebabkan keborosan pada pihak pelanggan yaitu kartu member yang harus didapat dari nominal yang lumayan besar tapi hanya berlaku pada beberapa produk saja yaitu pada jilba 5% dan baju 10%".*

1. Penerapan Nilai Islam di Toko Purnama Store

   Toko Purnama Store Muara Sabak Barat telah menerapkan nilai-nilai Islam dalam kegiatan usahanya. Hal ini terlihat dari seragam karyawan yang berupa gamis dan hijab, kewajiban beribadah tepat waktu, serta syarat perekrutan karyawan yang harus beragama Islam. Selain itu, produk yang dijual dapat digunakan oleh semua kalangan umur. Namun, terdapat beberapa kebimbangan dalam penetapan harga yang masih memerlukan perhatian lebih. Secara keseluruhan, toko ini menunjukkan penerapan nilai Islam yang cukup baik.

2. Penerapan Etika Bisnis Islam: Otonomi, Kejujuran, dan Keadilan

   Dalam aspek otonomi, Toko Purnama Store mengedepankan pengambilan keputusan yang sadar dan bertanggung jawab. Karyawan diwajibkan mengenakan seragam sesuai ketentuan, serta keputusan toko dibuat bersama untuk memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam. Dalam hal kejujuran, toko ini menggunakan CCTV untuk memantau transaksi dan memastikan kejujuran dalam setiap proses bisnis. Kejujuran juga diterapkan melalui pelatihan karyawan untuk melayani pelanggan dengan baik. Untuk aspek keadilan, toko ini menjaga kebersihan, kerapian, dan memberikan pelayanan yang ramah kepada semua konsumen. Namun, adanya penerapan diskon khusus bagi member dinilai kurang adil karena menciptakan perbedaan perlakuan antara pelanggan.

3. Aspek Tanggung Jawab dan Kebebasan

Toko Purnama Store menunjukkan tanggung jawabnya kepada konsumen dengan memberikan garansi penukaran produk dalam waktu tiga hari selama label masih terpasang dan pemberitahuan dilakukan sejak awal. Kebersihan dan kerapian produk juga menjadi prioritas utama. Dalam hal kebebasan, toko ini memberikan keleluasaan kepada pelanggan untuk mencoba, memilih, dan bertanya tentang produk yang dijual. Selain itu, karyawan diberikan kebebasan untuk beribadah tepat waktu tanpa mengganggu aktivitas kerja. Semua ini mencerminkan penerapan etika bisnis Islam yang menghormati hak dan kewajiban baik bagi karyawan maupun pelanggan.

Permasalahan Dan Solusi Etika Bisnis Islam memandang Strategi Pemasaran Busana Muslim Di Toko Purnama Store Muara Sabak Barat

Dalam proses pengelolaan Toko Purnama Store Muara Sabak Barat tidak pernah terlepas dari masalah yang selalu dihadapi untuk mendapatkan strategi pemasaran yang tepat. Dapat dikatakan kendala akan selalu ada, namun semua itu dapat diselesaikan dengan solusi yang diambil jalan tengah atau penyelesaian yang dapat memperlancar dalam proses strategi pemasaran di Toko Purnama Store Muara Sabak Barat. Adapun kendala dalam strategi pemasaran Toko Purnama Store Muara Sabak Barat sebagai berikut.

Dalam mendapatkan strategi yang tepat dalam mengelola Toko Purnama Store Muara Sabak Barat memiliki beberapa permasalah atau kendala diantaranya adalah permodalan yang dimiliki oleh pemilik toko. Modal diperlukan oleh pengelola untuk digunakan sebagai penambahan produk, gaji pegawai, dan pembayaran lainnya seperti listrik sedangkan untuk tahap penjualan itu tidak pernah pasti terkadang ramai pengunjung tapi sedikit yang beli atau memang toko lagi sepi karena belum masuknya gajian masyarakat atau biasa disebut tanggal tua.

Faktor finansial masih menjadi probelatika dominan bagi pengelola toko Purnama Store Muara Sabak Barat untuk mengikuti banyak permintaan model dalam perkembangan fashion saat ini. Pengelola akan mencari modal di tempat lain untuk dapat mengkondisikan biaya yang harus dikeluarkan apabila mengalami penurunan dari konsumen. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Purnama Wati selaku pemilik dari toko Purnama Store Muara Sabak Barat menjelaskan bahwa:

> *"Selama mengolah toko Purnama Store yang menjadi kendala utama saya adalah mengenai modal. Biaya yang harus saya keluarkan untuk penambahan produk,*

> *gaji pegawai, listrik dan pembayaran lainnya seperti tidak terduga untuk keperluan toko Purnama Store Muara Sabak Barat".*

Peneliti dapat menyimpulkan dari beberapa hasil wawancara tentang pengelola toko Purnama Store Muara Sabak Barat untuk mencapai strategi pemasaran yang tepat sesuai dari hasil wawancara adalah mengenai modal yang harus disiapkan oleh pengelola untuk mengolah toko Purnama Store Muara Sabak Barat sampai dengan mendapatkan permintaan pasar yang tepat sesuai strategi pemasaran yang direncanakan.

Setiap kendala dalam pengelolaan usaha pasti memiliki potensi untuk diselesaikan, meskipun pendekatan dan proses penyelesaiannya dapat bervariasi dan memerlukan investasi tenaga, waktu, dan pemikiran. Salah satu solusi yang dapat dipertimbangkan oleh pengelola Purnama Store Muara Sabak Barat terkait dengan permodalan adalah dengan memanfaatkan pinjaman dari kerabat atau saudara. Pendekatan ini dapat meringankan beban pengelola dalam memenuhi kebutuhan modal, terutama pada periode transisi, sebelum toko dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif dan mencapai target penjualan yang diinginkan.

Dalam mengelola toko untuk mencapat target strategi pemasaran pastinya juga tidak hanya satu permasalah. Untuk mencapai strategi tersebut pihak toko memerlukan tanggung jawab pada setiap bagian dari toko untuk setiap karyawan. Salah satu kendala yang bahkan tidak disangka-sangka terjadi. Seperti beberapa waktu yang lalu adanya menemukan jilbab yang bolong seperti terkena gigitan hewan. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Purnama Wati selaku pemilik dari toko Purnama Store Muara Sabak Barat menjelaskan bahwa:

> *"Untuk kendala saya dalam menjalankan strategi pemasaran di toko Purnama Store ini adalah adanya beberapa produk kami yang memiliki bolongan dari gigitan hewan yaitu tikus untuk melakukan tindakan lebih lanjut kami langsung melakukan mencari dari mana asal muasal hewan tersebut bisa masuk ketoko dan melakukan pencegahan dengan menutupi lobang mereka masuk toko kendala tersebut tidak terulangi".*

Penulis menyimpulkan dari beberapa hasil wawancara tentang pengelola toko Purnama Store Muara Sabak Barat untuk mencapai strategi pemasaran yang kurang tepat dikarenakan adanya perbedaan antara pelanggan yang memiliki kartu member dan pelanggan yang tidak memiliki kartu member.

Dalam pengelolaannya, Toko Purnama Store Muara Sabak Barat menghadapi berbagai kendala yang tidak dapat dihindari dalam upaya mencapai strategi pemasaran

yang optimal. Meskipun kendala-kendala tersebut bervariasi, baik dalam hal permodalan, masalah internal toko, maupun perbedaan antara pelanggan yang memiliki kartu member dan yang tidak, pengelola mampu menemukan solusi yang efektif untuk setiap permasalahan. Dengan memanfaatkan sumber daya seperti pinjaman dari kerabat untuk mengatasi kendala modal, serta mengelola masalah operasional dengan pendekatan yang sistematis, pengelola dapat tetap beradaptasi dengan dinamika pasar. Oleh karena itu, dengan penanganan yang tepat, diharapkan Toko Purnama Store Muara Sabak Barat dapat mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan dan berkembang sesuai dengan strategi yang telah direncanakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Purnama Store Muara Sabak Barat memiliki sejumlah keunggulan dan tantangan. Produk yang dijual di toko ini beragam, mencakup busana Muslim dari merek ternama hingga merek lokal, seperti gamis harian, gamis seragam, baju koko, jubah, set hijab, jilbab segi empat, pashmina, sarung, peci, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, terdapat ketimpangan harga yang signifikan antara pelanggan yang memiliki kartu member dan yang tidak, yang menurut sebagian pelanggan dirasakan kurang adil. Toko ini memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, TikTok, dan Instagram untuk melakukan promosi secara berkala, yang terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen. Keberadaan toko yang strategis, berada di sekitar area perkantoran, sekolah, dan perumahan, juga memberikan keuntungan dalam menarik pasar yang lebih luas. Dari perspektif penerapan nilai etika bisnis Islam, Toko Purnama Store Muara Sabak Barat telah menunjukkan upaya yang cukup baik. Hal ini tercermin dari kebijakan mewajibkan karyawan mengenakan hijab dan seragam gamis, menyediakan fasilitas ibadah di toko, serta kebijakan rekrutmen yang mengutamakan karyawan beragama Islam. Selain itu, toko ini juga menekankan kedisiplinan dalam menjaga kebersihan dan kerapian produk, yang sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Toko ini memberikan prioritas kepada karyawan untuk melaksanakan ibadah tepat waktu, menciptakan suasana kerja yang harmonis dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki dalam penerapan etika bisnis Islam, terutama terkait kebijakan harga. Perbedaan perlakuan terhadap pelanggan member dan non-member dinilai belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan dalam Islam. Oleh karena itu, diperlukan

evaluasi lebih lanjut dan perbaikan dalam strategi pemasaran serta penerapan nilai etika bisnis Islam agar dapat berjalan lebih optimal dan lebih sesuai dengan prinsip keadilan serta kesetaraan yang diajarkan dalam Islam.

Referensi

Abdurrahman, M. (2016). *Akhlak: Menjadi seorang Muslim berakhlak mulia*. Jakarta: Rajawali Press.

Ahmad, Z., & Fadhila, S. (2020). Analisis etika bisnis Islam terhadap kepercayaan pelanggan. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 5*(2), 89–96.

Azahra Eka Putri, D., Nuraeni, D. S., & Renfiana, L. (2023). Implementasi penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional (Studi Pasar Pagi 28 Purwoasri Metro Utara). *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 1*(6), 260–274. https://doi.org/10.61132/santri.v1i6.130

Denok Wahyudi Setyo Rahayu. (2019). Penerapan diskon dalam menarik minat beli konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, 12*(2).

Endang Trihastuti, A. (2021). *Etika bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.

Editor Kanal Info. (2024, Februari 28). Pengertian busana Muslim. Kanal Info. Diakses pada 28 Februari 2024, dari https://kanalinfo.web.id

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Jurnal Penelitian, 21*(1).

Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*. Wal Ashri Publishing.

Kaharuddin. (2021). Kualitatif: Ciri dan karakter sebagai metodologi. *Jurnal Metodologi, 9*(1).

Murtopo, B. A. (2017). Etika berpakaian dalam Islam: Tinjauan busana wanita sesuai ketentuan Islam. *Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan, 1*(2).

Nawatmi, S. (2010). Etika bisnis dalam prespektif Islam. *Jurnal Ekonomi, 9*(1).

Rahman, A., & Hidayati, R. (2019). Implementasi etika Islam dalam pengelolaan bisnis kecil dan menengah. *Jurnal Studi Islam dan Ekonomi, 7*(3), 127–135.

Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17*(33), 81–95. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Somantri, G. (2005). Memahami metode kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia, 9*(2), 57–65. https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122

Yusuf, I., & Munandar, A. (2021). Pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 9*(1), 45–52.

Zamzam, H. F., & dkk. (2020). *Etika bisnis Islam: Seni berbisnis keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish.