

**STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI JUAL BELI ONLINE MENURUT EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada Toko Serba Harga Murah di Kota Sampit)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

**MAULIDA NUR HIDAYAH**

NIM 1804120947

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN 2022 M/1444 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

**JUDUL** : PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI  
MEDIA PEMASARAN JUAL BELI ONLINE  
MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Pada Toko Serba  
Harga Murah Sampit)

**NAMA** : Maulida Nur Hidayah

**NIM** : 1804120947

**FAKULTAS** : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**JURUSAN** : EKONOMI ISLAM

**PROGRAM STUDI** : EKONOMI SYARIAH

**JENJANG** : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Agustus 2022

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Syarifuddin, M. Ag  
NIP. 197005032001121002

Pembimbing II



Wahyu Akbar M.E  
NIP. 199112282019031004

Mengetahui

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M. Ag  
NIP. 19740423200111211002

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam



Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy  
NIP. 198910102015032012

**NOTA DINAS**

**Hal : Mohon Diuji Skripsi  
Saudari Maulida Nur Hidayah**

**Palangka Raya, Agustus 2022**

**Kepada  
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi  
FEBI IAIN Palangka Raya  
Di-  
Palangka Raya**

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudari:


**Nama : Maulida Nur Hidayah  
Nim : 1804120947  
Judul : Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media  
Pemasaran Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam  
(Studi Pada Toko Serba Harga Murah Sampit)**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.


Wassalamualaikum Wr. Wb

Menyetujui

Pembimbing I

  
**Dr. Svarifuddin, M. Ag**  
NIP. 197005032001121002

Pembimbing II

  
**Wahyu Akbar M.E**  
NIP. 199112282019031004

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam" oleh Maulida Nur Hidayah NIM 1804120947 telah dimunqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 21 September 2022

Palangka Raya, 21 September 2022

Tim Penguji

1. Muhammad Noor Sayuti, M.E.  
Ketua Sidang/Penguji
2. Jelita, M.,S.I  
Penguji I
3. Dr. Syarifuddin, M.A.g  
Penguji II
4. Wahyu Akbar, M.E  
Sekretaris/Penguji

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Palangkaraya



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag.  
NIP. 197404232001121002



# STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI JUAL BELI ONLINE MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Pada Toko Serba Harga Murah di Kota Sampit)

## ABSTRAK

Oleh Maulida Nur Hidayah

Penelitian ini membahas tentang Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit yang mana toko ini saling memanfaatkan atau menggunakan Aplikasi Tiktok sebagai media promosi mereka dan menjual pakaian dan aksesoris wanita dengan harga yang sangat terjangkau untuk mendapatkan pelanggan. Toko ini dan toko cabang lainnya menawarkan konsep yang hampir sama dan letaknya berada di jalan yang sama bahkan hampir berdekatan. Penelitian ini bertujuan mengetahui tentang : Pertama, strategi pemasaran dalam pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Kedua, strategi pemasaran dalam pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online menurut Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah pemilik toko baju Serba Harga Murah Sampit, karyawan dan pelanggan sebagai informan tambahan. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan data menggunakan *triangulasi* sumber dengan mengumpulkan data dan informasi sejenis dari berbagai sumber yang berbeda. Teknik analisis data menggunakan data *collection*, data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Pertama, penerapan strategi pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online Toko Serba Harga Murah Sampit pada keenam aspek sudah diterapkan secara maksimal dan sangat baik yaitu aspek produk, harga, tempat, promosi dan orang. Kedua, strategi pemasaran dalam pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online menurut Ekonomi Islam. dilihat dari tiga aspek sudah cukup baik, sedangkan pada aspek *promotion*, *people*, *process* masih harus ada perbaikan dan peningkatan secara berkala

**Kata Kunci** : Aplikasi tiktok, strategi pemasaran, toko baju

**MARKETING STRATEGIES OF TIKTOK APPLICATIONS AS A  
PROMOTIONAL MEDIA OF ONLINE BUYING AND SELLING ACCORDING  
TO ISLAMIC ECONOMY**  
(Study on Cheap Convenience Stores in Sampit City)

**ABSTRACT**

**By Maulida Nur Hidayah**

*This study discusses the Marketing Strategy of the Tiktok Application as a promotional media for buying and selling online at the Sampit Cheap Price All-in-One Store where these stores take advantage of each other or use the Tiktok Application as their promotional medium and sell women's clothing and accessories at very affordable prices to get customers. This store and other branch stores offer almost the same concept and are located on the same street or even close together. This study aims to find out about: First, the marketing strategy in the use of the Tiktok application as a promotional media for buying and selling online at the Sampit Cheap Price All-in-One Shop. Second, the marketing strategy in using the Tiktok application as a promotional media for online buying and selling according to Islamic Economics.*

*This research is a field research using descriptive qualitative research methods. The subjects of this study were the owner of the Sampit Cheap Price All-in-One clothing store, employees and customers as additional informants. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. The data validation technique uses source triangulation by collecting similar data and information from various different sources. The data analysis technique uses data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing.*

*The results of this study indicate that: First, the implementation of the strategy for using the Tiktok application as a promotional media for online buying and selling at the Sampit Cheap Price Convenience Store on the six aspects has been implemented optimally and very well, namely aspects of product, price, place, promotion and people. Second, the marketing strategy in using the Tiktok application as a media for online buying and selling according to Islamic Economics. From three aspects, it is quite good, while in terms of promotion, people, process, there still needs to be regular improvements and improvements.*

*Keywords: Tiktok application, marketing strategy, clothes shop*

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah atas rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan proposal dalam rangka memenuhi syarat mendapat gelar sarjana Ekonomi. Shalawat serta salam tak lupa peneliti curahkan untuk Nabi Muhammad SAW.

Proposal yang berjudul “Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Serba Harga Murah Di Kota Sampit)” peneliti susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Proposal ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh guna Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Dalam penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak karena keterbatasan yang dimiliki peneliti. Peneliti sadari dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekhilafan. Peneliti mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca untuk penulisan proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan, terutama peneliti mengucapkan terimakasih kepada Yang Terhormat.

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya;
2. Bapak Dr. Sabian, S.H., M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya;
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S. Th.I, M. Si selaku ketua jurusan Ekonomi Islam;
4. Ibu Jelita M. Si selaku ketua program studi Ekonomi Islam selama peneliti menjalani perkuliahan;
5. Bapak Dr. Syarifuddin, M. Ag dan Bapak Wahyu Akbar M. E selaku pembimbing I dan pembimbing II yang selalu membimbing dan meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti;
6. Bapak Isra Misra, S.E., M. Si selaku dosen penasihat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan;
7. Para Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh Dosen IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta pelayanan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan;
8. Terimakasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua orang tua tercinta dan ku sayangi, serta Adik-adik ku berkat do'a dan motivasinya yang tiada henti dari mereka sampai selesainya skripsi ini;
9. Terimakasih kepada Pemilik Toko Serba Harga Murah Sampit, para Karyawan Toko, beserta para Pembeli yang telah membantu dengan



bersedia diwawancarai oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi dan data-data untuk penelitian ini;

10. Terimakasih kepada sahabat saya Mega Aprilianingsih, Jennah, Wiwik Ratmiasih, dan Rinaldi dan teman-teman yang lainnya telah memberikan dukungan, motivasi serta doa kepada peneliti;

11. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana mestinya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta balasan kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin yaa Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, Agustus 2022

Peneliti,


**Maulida Nur Hidayah**  
**Nim.1804120947**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMASARAN JUAL BELI ONLINE MENURUT EKONOMI ISLAM (STUDI PADA TOKO SERBA HARGA MURAH SAMPIT)” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan. Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Agustus 2022

  
Maulida Nur Hidayah  
Nim.1804120947

### MOTTO

تَعَاوَنُوا وَلَا تَقْوُوا عَلَى الْبِرِّ عَلَى وَتَعَاوَنُوا  
اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ ۖ وَاتَّقُوا وَالْعُدْوَانَ الْإِثْمَ عَلَى  
الْعِقَابِ شَدِيدُ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”

Q.S Al-Maidah (5) : 2.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap**

متعقدين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**C. Ta' Marbutah**

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
---------------	---------	--------------------------



2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

الفطر زكاة	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

#### D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

#### Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شكرتم لئن	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata sandang Alif+Lam

#### 1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

#### 2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

الفروض ذوي	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
السنة أهل	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>I</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>VII</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>IX</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>X</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Kajian Teori.....	13
1. Kerangka Teoritik.....	13
a. Teori Pemasaran.....	13
b. Teori Ekonomi Islam.....	24
c. Teori Etika Bisnis Islam .....	32

2. Kerangka Konseptual .....	33
a. Definisi Aplikasi Tiktok.....	33
b. Aplikasi Tiktok Perspektif Islam dari Para Ulama.....	36
c. Konsep Media Pemasaran.....	40
d. Konsep Jual Beli Online.....	42
e. Kerangka Pikir .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	49
C. Objek dan Subjek Penelitian .....	50
D. Teknik Pengumpulan Data .....	53
E. Pengabsahan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data .....	57
G. Sistematika Penulisan .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	59
1. Kota Sampit .....	59
2. Visi dan Misi Kota Sampit .....	61
B. Gambaran Umum Toko Baju Serba Harga Murah Kota Sampit .....	62
1. Profil .....	62
2. Struktur Organisasi .....	64
3. Deskripsi Kerja .....	64
B. Penyajian Data .....	68
1. Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Sampit .....	68
C. Analisis Data .....	90
1. Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit .....	97

2. Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam .....104

**BAB V KESIMPULAN .....107**

A. Kesimpulan .....107

B. Saran .....108

**DAFTAR PUSTAKA**

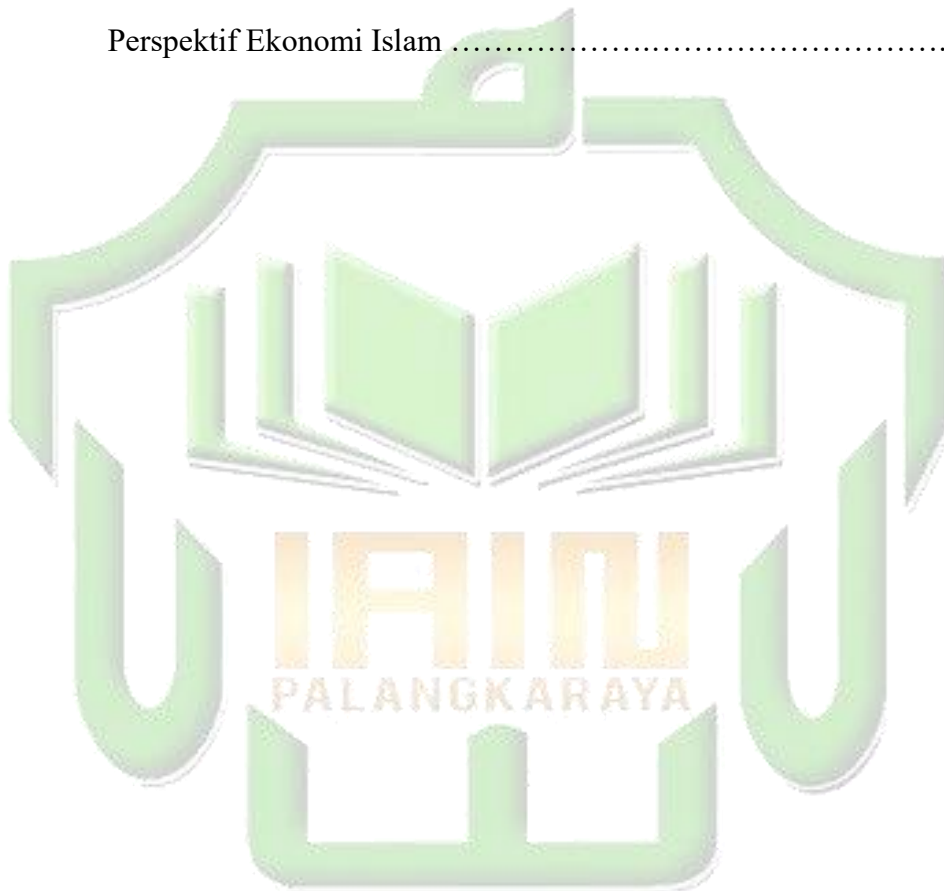
**LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu.....	13
TABEL 4.2 Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok sebaga media promosi jual beli online di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit.....	105
TABEL 4.3 Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Sampit dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	118



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.<sup>1</sup>

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ  
الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ  
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (Q.S. Al-Nahl [16]: 125)<sup>2</sup>

Pemasaran yang professional dalam al-Qur'an harus memenuhi beberapa unsur di antaranya: Pertama, sikap adil dalam berpromosi. Perilaku curang, adanya unsur gharar atau kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan kebathilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis di berbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika pemasaran Islam yang mengutamakan prinsip kejujuran. Rasulullah Saw memberikan pedoman bahwa

---

<sup>1</sup>Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) h.4.

<sup>2</sup>Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*. Q.S. Al-Nahl [16]: 125.

pedagang yang jujur dan dapat dipercaya merupakan golongan yang masuk surga bersama Nabi, orang-orang yang membenarkan risalah Nabi (shiddiqin) dan para syuhada' (orang yang mati syahid). Al-Qur'an memerintahkan kepada manusia untuk jujur, tulus, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya.<sup>3</sup>

Dalam kaitannya dengan distribusi, silaturahmi dapat diartikan dengan menyebarkan informasi dan komunikasi atau membangun jaringan. Seorang produsen harus memasarkan produknya, agar dikenal oleh khalayak umum. Selain itu, agar makin banyak jaringan yang akan memakai produknya. Hal ini membuktikan bahwa silaturahmi adalah satu strategi pemasaran yang tepat dalam Islam.

Pemasaran syariah atau marketing syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan dari suatu inisiator kepada stakeholders, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Artinya bahwa dalam marketing syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu interaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apa pun dalam pemasaran dapat dibolehkan, sedangkan Syariah Digital Marketing merupakan

---

<sup>3</sup> Ibid, h.13

salah satu solusi terhadap kebutuhan pasar yang memimpikan penerapan bisnis yang sesuai dengan nilai dan kaidah agama.<sup>4</sup>

Media marketing merupakan teknik pemasaran yang saat ini sering digunakan dalam mempromosikan maupun memberitahukan produk dan layanan bisnis kepada masyarakat luas. Media marketing bisa disebut dengan media pemasaran yang menggunakan berbagai media dan perangkat yang ada, marketing adalah perangkat, wadah, tempat, atau perantara untuk melakukan sebuah pemasaran dan berfungsi untuk membantu kebutuhan bisnis dan mempercepat proses kegiatan pemasaran, seperti media internet, sosial, iklan, dan perangkat media yang lain.<sup>5</sup> Media marketing adalah perangkat atau sarana untuk menunjang proses pemasaran menggunakan teknologi digital, salah satu contoh media marketing yang digunakan adalah *website*, di dalam sebuah website seseorang mampu untuk melakukan pemasaran dan mengenalkan produk apa saja yang ditampilkan kepada customer.<sup>6</sup>

Manfaat *website* sebagai media marketing dapat dirasakan oleh berbagai pihak, seperti pelaku bisnis, instansi pemerintah, dan masyarakat umum, selain itu website juga dapat digunakan sebagai media promosi yang murah, dan memberikan keuntungan yang besar dan salah satu media yang sedang viral untuk digunakan mengembangkan bisnis pemasaran sendiri adalah dengan menggunakan Aplikasi Tiktok, aplikasi yang satu ini bisa

---

<sup>4</sup>Kristianto, Paulus L. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press. 2011.h.33.

<sup>5</sup>Dewi Untari, “*Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*”, Widya Cipta, Volume 2 No. 2, September 2018,h.28.

<sup>6</sup>Lalu Edy Herman, “*Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual*”, Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA), Vol. V No. 2, September 2018, h.54.

memancing masyarakat dalam memasarkan produk/promosi jual beli online lewat aplikasi Tiktok.<sup>7</sup> Aplikasi Tiktok merupakan sebuah aplikasi sosial media yang saat ini sedang naik daun, dan bisa digunakan sebagai strategi usaha online shop maupun serba-serbi usaha. Tiktok melakukan berbagai cara untuk kampanye atau *soft selling*, maka dari itu didalam Aplikasi Tiktok ada sebuah *giveaway* atau *challenge* Tiktok digunakan untuk melakukan strategi pemasaran agar semakin menguatkan identitas dan karakter dalam jualan mereka, pengguna dari Aplikasi Tiktok hampir semuanya merupakan pengguna Aplikasi Instagram juga.<sup>8</sup>

Penggunaan Aplikasi TikTok untuk media pemasaran dalam mengembangkan sebuah usahanya diawali dengan cara rajin mengupload konten video dan dikembangkan dari produksi barang, *stock*, *packing* barang yang berkaitan dengan jualan seperti baju, tas import, jilbab, bahkan aplikasi Tiktok tidak hanya menjual pakaian saja, di Aplikasi Tiktok para penjual atau seseorang yang ingin membuka usaha baru bisa menjual barang lain seperti alat-alat dapur, alat-alat kecantikan (*make up*) dan lain sebagainya.<sup>9</sup> Tiktok bisa digunakan sebagai sarana untuk membuat konten marketing yang nantinya akan digunakan sebagai media yang membantu penjualan secara online dan secara luas, beberapa tahap yang dilakukan untuk membuat sebuah konten dan Tiktok sebagai sarana untuk melakukan pemasaran dengan media

---

<sup>7</sup>Ilham Hilal Ramadhan, "Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok", Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Vol. 18, No. 1, Juni 2021, h.46.

<sup>8</sup>*Ibid*, h.48.

<sup>9</sup>Tony Wibowo, "Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam", Jurnal Sistem Informasi, Volume 1 No 1, September 2021, h.34.



sosial.<sup>10</sup> Aplikasi Tiktok mempunyai tahapan dalam menyalurkan sebuah video diantaranya yaitu 1). Melakukan *shooting* yang memperkenalkan apa yang kita jual atau apa yang kita tawarkan, rekam video satu persatu, 2). Gabungkan potongan video yang telah diambil di aplikasi media sosial Tiktok, 3). Lalu tambahkan beberapa efek dari fitur yang ada pada aplikasi Tiktok, 4). Lalu *share* video tersebut ke tik-tok lalu di *download* kembali untuk disebar di media sosial yang lain.<sup>11</sup> Tiktok sebagai media sosial yang sedang naik daun memiliki pengaruh yang cukup tinggi, dengan ditambahkan situasi di Indonesia saat ini yang mengharuskan kita untuk melakukan semuanya dari rumah ataupun secara online dan banyaknya penggunaannya di Indonesia bisa dibilang Tiktok sebagai media digital marketing dalam bidang pemasaran sangat berpengaruh dalam segala bidang dan segala aspek terutama sebagai digital marketing untuk penjualan yang sangat laris-manis.<sup>12</sup>

Daerah kota Sampit ada toko yang memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran promosi jual beli online salah satunya di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit di Jalan Juanda dan juga Toko Serba Harga Murah di Jalan Ketapi 7. Pemilik toko dan para reseller nya juga bekerja sama untuk mempromosikan barang jualannya lewat Aplikasi Tiktok. Di Toko Serba Harga Murah tersebut bekerja sama dengan para model perempuannya beserta para karyawannya untuk mempromosikannya lewat Aplikasi Tiktok untuk

---

<sup>10</sup>Sania Alfaini, Perspektif Al-Qur'an Tentang Konten Tarian Viral Para Muslimah Pada Aplikasi Tik Tok, Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan, Vol 3 No. 1 Juli tahun 2021, h.55.

<sup>11</sup>*Ibid*, h.38.

<sup>12</sup>Nevita Yuniarti, Pengaruh Promosi *Online* Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha di Masa Pandemi Covid-19, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference, Desember 2020, h.77.

dipasarkan kembali. Toko Serba Harga Murah memulai/membangun sebuah usaha pada tahun 2016, pada saat itu toko serba harga murah hanya memiliki satu toko saja di jalan Tartar, karena toko mereka sangat ramai dikunjungi para pelanggan, dan mereka berkeinginan membuka usaha yang lebih besar lagi pada tahun 2018, mereka pindah toko ke Jalan Juanda untuk memperbesar usaha jualannya dan sekarang membuka cabang kedua di jalan Ketapi 7 di Kota Sampit tahun 2020, karena Toko Serba Harga Murah sangat banyak diminati oleh para pembeli dan sudah memiliki omset yang sangat besar sehingga Toko Serba Harga Murah sangat viral di kalangan sosial media khususnya di Kota Sampit.<sup>13</sup>

Barang yang dipromosikan di Toko Serba Harga Murah adalah berbagai baju muslimah, baju outfit remaja, tas import, jilbab, dompet, sandal, sepatu, celana dan lain sebagainya. Toko Serba Harga Murah menggunakan aplikasi Tiktok untuk memberikan informasi barang jualannya melewati sebuah video yang ditampilkan di aplikasi Tiktok untuk memudahkan informasi dapat disampaikan dan dapat memberikan rangsangan untuk yang melihatnya, menyebarkannya dan berniat untuk membeli barang promosi jualannya. Bentuk Promosi yang dilakukan oleh Toko Serba Harga Murah melalui unggahan video pada akun Tiktok merupakan bagian dari bauran promosi. Dalam hal ini Toko Serba Harga Murah melakukan *Sales Promotion*

---

<sup>13</sup>Observasi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Jual Beli Online di Sampit, 17 November 2021.

dan tentunya *digital marketing* yang secara spesifik dikategorikan sebagai *interactive marketing*.<sup>14</sup>

Kegiatan *sales promotion* kerap digunakan oleh para pelaku bisnis. *Sales promotion* merupakan kumpulan kiat intensif yang beragam, biasanya berjangka pendek, yang berguna untuk mendorong pembelian produk/ jasa tertentu secara cepat. Dalam menjalankan sebuah bisnis dengan konsep *digital marketing* tentu *sales promotion* menjadi hal yang penting. *Sales promotion* ini bisa berupa diskon, cashback, promosi, testimoni dan lainnya. *Sales promotion* berupa promosi, diskon, testimoni dan *cashback* ini juga ditemukan dalam digital marketing pada konten akun Tiktok Toko Serba Harga Murah Sampit sebagai penerapan *sales promotion* dalam *digital marketing* cukup menarik perhatian para pengguna akun Tiktok.<sup>15</sup>

Berkaitan dengan hal diatas pemanfaatan aplikasi Tiktok di toko serba harga murah sendiri seringkali dijumpai di berbagai komunitas media sosial seperti instagram, facebook dan lain sebagainya. Toko Serba Harga Murah sangat memanfaatkan aplikasi tiktok menjadikan pangsa pasar yang menjanjikan untuk manajemen mempromosikan produknya / usahanya agar semakin berkembang.<sup>16</sup> Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin membuat penelitian terkait; “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai

---

<sup>14</sup>Observasi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Jual Beli di Sampit, 20 November 2021.

<sup>15</sup>Wawancara dengan Karyawan Toko di Sampit, 20 November 2021.

<sup>16</sup>Toko Serba Harga Murah sangat memanfaatkan aplikasi tiktok menjadikan pangsa pasar yang menjanjikan untuk manajemen mempromosikan produknya / usahanya dan semakin berkembang.

Media Pemasaran Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Serba Harga Murah Di Kota Sampit).

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi online di Toko Baju Serba Harga Murah Kota Sampit?
2. Bagaimana strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media jual beli promosi menurut Ekonomi Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsi dan mengkaji strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online di Toko Baju Serba Harga Murah Kota Sampit.
2. Untuk mendeskripsi dan mengkaji strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online menurut Ekonomi Islam.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi untuk para masyarakat khususnya bagi seseorang yang ingin memulai sebuah usaha dari nol.
2. Sebagai bahan referensi bagi siapa saja yang ingin mengetahui strategi pemasaran dalam media promosi yang harus dilakukan lebih dulu untuk memulai sebuah usaha baru.
3. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN PALANGKARAYA.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Tedahulu

Peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam” dengan merujuk kajian tedahulu sebagai berikut:

1. Ria Ayu Oktavia, “*Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok dalam Proses Pemasaran Produk*”, *Jurnal*, 2020, dengan hasil:

Metode dalam artikel ini membahas tentang bagaimana pemanfaatan media sosial *Tiktok* sebagai *digital content* media pemasaran akun *Tiktok @menumenusby*. Seperti contoh pada akun *@menumenusby* yang berisikan konten informatif seputar tempat nongkrong dan cafe yang hits di Surabaya dan sekitarnya. Penulis melakukan proses observasi secara langsung, mengumpulkan berbagai materi atau bahan yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial *Tiktok*. Bertujuan *Tiktok* menjadi media sosial yang memiliki potensi besar sebagai media promosi online. Manfaatnya untuk para pengguna menerapkan agar digital marketing strategi yang tepat bisa menjangkau pengguna *Tiktok* dan strategi marketing lewat *Tiktok* bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan memikat lebih banyak audiens agar tujuan meraih pasar yang lebih luas.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Ria Ayu Octavia, *Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk*. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi, 2020, h. 3-4.



2. Syeli Efa Kristia, “*Pengembangan dalam pemanfaatan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM DM-SEAFOOD*”, *Jurnal*, 2021, dengan hasil:  
Metode pada penelitian ini, model pengembangan yang digunakan yaitu model pengembangan ADDIE dari Robert Maribe Branch melalui tahap: *Analysis, Design, Development, Implementation*, dan *Evaluation*. Tapi peneliti dalam melakukan penelitiannya ini hanya melakukan 4 tahap dikarenakan peneliti melakukan pengembangan media promosi berbasis aplikasi TikTok sampai dengan tahapan *implementation* saja karena disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, sehingga tidak sampai pada tahap *evaluation*. Proses pengembangan media promosi berbasis aplikasi TikTok untuk meningkatkan minat beli produk ukm dm-seafood pada tahap pengembangan mulai membuat media promosi berbasis aplikasi TikTok. Pada penelitian ini bertujuan untuk membuat desain dengan menggunakan aplikasi TikTok secara langsung karena dalam aplikasi TikTok memang sudah terdapat banyak filter yang disediakan untuk membuat karya yang unik dan menarik. Manfaat video yang dibuat memuat gambar yang menarik sesuai produk dan diberikan tambahan efek musik dan tulisan-tulisan yang mendukung. selain itu juga ditambahkan efek-efek lainnya supaya video bisa terlihat semakin menarik.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Syeli Efa Kristia. *Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood*, Surabaya: Volume 9 No 3 Tahun 2021. h. 14.

3. Cindy Devi Puspitasari, *“Pemanfaatan Digital Contest Marketing Produk MSGLOW pada Media Sosial Tiktok”*, Skripsi 2021, dengan hasil:

Metode pada penelitian ini menjelaskan media sosial Tiktok sangat menguntungkan bagi skincare Ms Glow, dimana media tersebut digunakan sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari seorang produsen ke konsumen. Bertujuan untuk menyuguhkan konten yang menarik terkait produk dapat meningkatkan intensitas pengguna Tiktok ramai mengunjungi akun resmi Ms Glow. Dengan memanfaatkan media sosial Tiktok, produk kosmetik Ms Glow menjadi lebih dikenal khalayak luas. Saat ini TikTok menjadi media pemasaran yang efektif karena Indonesia termasuk negara dengan pengguna aplikasi Tiktok terbesar di dunia. TikTok juga memiliki beberapa fitur yang mudah dipergunakan untuk penggunanya, selain itu juga saat ini hamper semua informasi terkini/terbaru sudah terlebih dulu ada di aplikasi TikTok<sup>19</sup>.

4. Criswardana Bayu Dewa, *“Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodies)”*, Jurnal, 2021, dengan hasil:

Metode dalam penelitian ini menggunakan Teknologi canggih yang digunakan oleh pengembang aplikasi Tiktok menyajikan pola algoritma proses yang berbeda dari media sosial lainnya. Bertujuan

---

<sup>19</sup>Cindy Devi Puspitasari, *Pemanfaatan Digital Content Marketing Produk Msglow Pada Media Sosial Tiktok*, Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2021. h. 8.

dalam mempromosikan industri kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta. Akun Tiktok Javafoodie menjadi salah satu akun Tiktok Yogyakarta yang mempromosikan beragam kuliner khas Yogyakarta, dan menarik dikemas dengan metode *story telling* bernuansa komedi..<sup>20</sup>

5. Novalia, “*Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan BRAND AWARENEES (Studi Kasus Pada PT.Es The Indonesia)*”, *Jurnal* 2021, dengan hasil:  
Metode dalam penelitian ini Es Teh Indonesia melakukan promosi secara gencar melalui aplikasi Tiktok. Dimulai dari sebuah video singkat yang menceritakan seorang pemuda yang ingin membangun bisnis dan akhirnya diberi nama dengan Es Teh Indonesia. Video tersebut bertujusn di *upload* pada aplikasi Tiktok dan terhitung pada Juni 2020 sudah mendapatkan penonton sebanyak 3,2 juta. Sontak setiap unggahan konten Tiktok Es Teh Indonesia pun memiliki penonton lebih dari 100 ribu orang. Maka, Es Teh Indonesia memanfaatkan aplikasi Tiktok untuk membangun *brand awareness* kuat dibenak masyarakat.<sup>21</sup>

Kelima penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa memiliki persamaan dengan penulis yaitu pada teori. Sedangkan perbedaan dengan milik penulis yaitu pada subjek dan objek yang diteliti.

---

<sup>20</sup>Chriswardana Bayu Dewa, *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19*, Yogyakarta: Universitas Bina Sarana Informatika, 2021. h. 66.

<sup>21</sup>Novalia, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness “Studi Kasus Pada Pt. Es Teh Indonesia”* (Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika 2021). h. 87.

Untuk memudahkan melihat persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu, maka penulis membuat table perbandingan peneliti terdahulu, sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ria Ayu Oktavia Pemanfaatan Digital <i>Content</i> Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	Pemanfaatan Digital <i>Content</i> Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk
2	Syeli Efa Kristia Pengembangan Dalam Pemanfaatan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM DM-SEAFOOD.	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	Pengembangan Dalam Pemanfaatan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok
3	Cindy Devi Puspitasari Pemanfaatan Digital <i>Contest Marketing</i> Produk Msglow Pada Media Sosial Tiktok.	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	Pemanfaatan Digital <i>Contest Marketing</i> Produk Pada Media Sosial Tiktok.
4	Criswardana Bayu Dewa Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studikkasus Akun Tiktok Javafoodies).	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner
5	Novalia Pemanfaatan Aplikasi	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok	Pemanfaatan Aplikasi Tiktok

Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan <i>BRAND AWARENEES</i> (Studi Kasus Pada PT.Es The Indonesia).	Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan <i>BRAND AWARENEES</i>
--	---

Sumber : Dibuat oleh Peneliti Tahun 2022

## B. Kajian Teoritis

### 1. Kerangka Teoritis

#### a. Teori Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli, kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual.<sup>22</sup>

Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan, pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas

---

<sup>22</sup>Raisza Makis, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*, (Makassar:Universitas Yogyakarta 2018), h. 5.

komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen.<sup>23</sup>

Syariah marketing merupakan keseluruhan proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islam tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran maka dalam hal itu diperbolehkan. Allah SWT mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.<sup>24</sup> Sebagaimana Firman Allah SWT sebagai berikut:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْجَتِكَ  
إِلَى نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ  
الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ  
إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا  
الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ  
أَنَّمَا فَتَنَّهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ  
رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿۝۱۰۱﴾

Artinya: Dia (Dawud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman

<sup>23</sup>Ira Setiawat, *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap peningkatan Laba Umkm*, (Yogyakarta: Bima Bingkai Manajemen, 2017), h.55.

<sup>24</sup>Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula h.26



dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu.” Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat. (Q.S. Shaad (38): 24.<sup>25</sup>

### 1) Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasi fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. Menurut pendapat Supriono mengutip dari tulisan William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>26</sup> Kegiatan-kegiatan pemasaran beroperasi di dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber

---

<sup>25</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahan, QS. Shaad, (38): 24, 363

<sup>26</sup>Supriono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2016), h. 8

dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial dari perusahaan. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli, namun demikian pemasaran juga dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mendistribuaikan program-program dan jasa yang disponsori oleh organisasi non-laba.<sup>27</sup>

## 2) Strategi Pemasaran

Dalam dunia industri, strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana dasar dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai tujuannya, menurut pendapat Malau Harman mengutip dari tulisan Tjiptono, Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau produknya di pasar sasaran tertentu, dalam strategi pemasaran di setiap perusahaan merupakan perencanaan secara keseluruhan untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>28</sup>

Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara sendiri dalam melakukan proses *marketing*, sesuai dengan

---

<sup>27</sup>Malau Harman, *Manajemen Pemasaran.*, (Bandung.: Alfabeta. 2017), h.77.

<sup>28</sup>*Ibid*, h.160.

karakteristik dan kesanggupan masing-masing perusahaan.<sup>29</sup> Berikut adalah konsep strategi pemasaran:

a) Segmentasi Pasar

Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satuan pasar yang bersifat homogen.<sup>30</sup>

b) *Marketing Positioning*

Tidak ada satupun perusahaan yang benar-benar menguasai seluruh pasar. Itulah mengapa setiap perusahaan harus memilih segmen paling menguntungkan untuk mendapatkan posisi yang kuat dalam pasar.<sup>31</sup>

c) *Market Entry Strategy*

Strategi perusahaan agar dapat masuk segmen pasar tertentu, dengan cara membeli perusahaan lain atau kerjasama dengan perusahaan lainnya.<sup>32</sup>

d) *Timing Strategy*

Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran yang baik, dimana perusahaan perlu melakukan

---

<sup>29</sup>Fuad Amsyari, *Strategi Perjuangan Umat Islam Indonesia*, (Bandung: Mizan, 2016),h. 4

<sup>30</sup>Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*,(Yogyakarta: Liberty, 2018) h. 5

<sup>31</sup>Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2017), h.80.

<sup>32</sup>M. Nur, Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2017), h. 14

berbagai persiapan dalam bidang produksi dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.<sup>33</sup>

### 3) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien, manajemen dapat menggunakan salah satu variabel pemasaran, yaitu bauran pemasaran. Menurut pendapat Fandy Tjiptono mengutip dari tulisan Sumarmi dan Soeprihanto, *Marketing mix* adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.<sup>34</sup> Dengan kata lain, *marketing mix* adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat memengaruhi tanggapan konsumen atau yang biasa kita sebut sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran mencakup tujuh unsur kombinasi yang saling berhubungan dimana masing-masing unsur atau elemen di dalamnya saling memengaruhi satu sama lainnya.<sup>35</sup> Berikut adalah variabel-variabel dalam bauran pemasaran:

---

<sup>33</sup>Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA, 2019), h. 42.

<sup>34</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2017), h. 23-25.

<sup>35</sup>Thorik Gunara & Utus Hardiono, *Marketing Muhammad Saw*, (Bandung: PT. Karya kita, 2018), h. 46

#### a) Produk

Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Bentuk kerja dari kata *product*, yaitu *produce*, yang berarti untuk memimpin atau membawa sesuatu untuk maju, dalam penggunaan yang lebih luas produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa. Secara konseptual,<sup>36</sup> Produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Jadi pada dasarnya produk merupakan sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer maupun sekunder.<sup>37</sup>

#### b) Harga

---

<sup>36</sup>Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: DIOMA, 2017), h. 43.

<sup>37</sup>Deliyanti, Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2016), hal. 111

Harga sebagai salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat, sehingga mempengaruhi omzet pengambilan keputusan pembelian dan penjualan suatu perusahaan.<sup>38</sup>

c) Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>39</sup>

d) Distribusi

Distribusi adalah suatu usaha/upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan.<sup>40</sup> Pemilihan lokasi

---

<sup>38</sup>Muhamad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018),h.,40.

<sup>39</sup>Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), h.2.

<sup>40</sup>Hermawan Kartajaya, *Marketing Mix*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2018), h.178.



memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor antara lain:

- Akses, misalnya jalan yang memudahkan konsumen untuk mencapai tempat tersebut.
- Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- Tempat parkir, mempunyai tempat atau lahan parkir sendiri atau menggunakan tempat parkir umum.

e) Orang

Masuknya orang ke dalam salah satu komponen bauran pemasaran menunjukkan betapa pentingnya sumber daya manusia bagi kelangsungan usaha. Bukan rahasia lagi bahwa perusahaan yang berkelanjutan diikuti oleh sumber daya manusia yang kuat.<sup>41</sup> Para pebisnis menyadari hal ini bahkan tingginya minat perusahaan untuk merekrut karyawan yang berkualitas. Tak hanya berupaya keras dalam mencari karyawan berkualitas.<sup>42</sup>

f) Proses

Proses adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari

---

<sup>41</sup>Lukman Furovi, *Etika Bisnis Dalam Al-qur'an*, (Yogyakarta: PT. LKIS Pelangi Aksara, 2020), h.20.

<sup>42</sup>*Ibid*, h.28.

konsumen tersebut memesan (order) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya, yang dimaksud proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan dan menentukan mutu kelancaran penyelenggaraan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunaannya.<sup>43</sup>

#### g) Fasilitas Pendukung

Fasilitas pendukung merupakan bagian dari pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting. Karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang memerlukan fasilitas pendukung di dalam penyampaian. Hal ini akan semakin memperkuat keberadaan dari jasa tersebut, karena dengan adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka jasa tersebut akan dipahami oleh pelanggan.<sup>44</sup>

### b. Teori Ekonomi Islam

Ekonomi Islam secara ilmu pengetahuan adalah untuk mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam, ada banyak pendapat di seputar pengertian dan

<sup>43</sup> Amirullah, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), h. 153

<sup>44</sup> Kertajaya, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: Mizan : Mark Plus&Co, 2017),h.178.

ruang lingkup ekonomi Islam. Dawan Rahardjo, memilah istilah ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, *pertama*, yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. *Kedua* yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem. Sistem menyangkut pengaturan yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau negara berdasarkan suatu cara atau metode tertentu.<sup>45</sup> Sedangkan pilihan *ketiga* adalah ekonomi Islam dalam pengertian perekonomian umat Islam. Dalam tulisan ini ekonomi Islam menyangkut ketiganya dengan penekanan pada ekonomi Islam sebagai konsep dan sistem ekonomi. Ketiga wilayah tersebut, yakni teori, sistem, dan kegiatan ekonomi umat Islam merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi.<sup>46</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.<sup>47</sup>

#### 1. Sumber Hukum Ekonomi Islam

Adapun sumber-sumber hukum dalam ekonomi Islam adalah:

---

<sup>45</sup>Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : BPFE, 2014), h. 151.

<sup>46</sup>Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 16

<sup>47</sup>Amelia.R, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tik Tok*.(Doctoral Dissertasion: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,2021), h.56.

a. Alqur'anul Karim

Alquran adalah sumber utama, asli, abadi, dan pokok dalam hukum ekonomi Islam yang Allah SWT turunkan kepada Rasul Saw guna memperbaiki, meluruskan dan membimbing Umat manusia kepada jalan yang benar. Didalam Alquran banyak terdapat ayat-ayat yang melandasi hukum ekonomi Islam, salah satunya dalam surat An-Nahl ayat 90 yang mengemukakan tentang peningkatan kesejahteraan Umat Islam dalam segala bidang termasuk ekonomi.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ  
وَأِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ  
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم  
لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.<sup>48</sup>

b. Hadits dan Sunnah

Setelah Alquran, sumber hukum ekonomi adalah Hadis dan Sunnah. Yang mana para pelaku ekonomi akan mengikuti

<sup>48</sup>Al-Qur'an dan terjemahan. (Bandung: Penerbit Diponegoro. 2014)

sumber hukum ini apabila didalam Alquran tidak terperinci secara lengkap tentang hukum ekonomi tersebut.<sup>49</sup>

c. Ijma

Ijma' adalah sumber hukum yang ketiga, yang mana merupakan konsensus baik dari masyarakat maupun cara cendekiawan Agama, yang tidak terlepas dari Alquran dan Hadis.<sup>50</sup>

d. Ijtihad atau Qiyas

Ijtihad merupakan usaha meneruskan setiap usaha untuk menemukan sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syariat. Sedangkan qiyas adalah pendapat yang merupakan alat pokok ijtihad yang dihasilkan melalui penalaran analogi.<sup>51</sup>

e. Istihsan, Istislah dan Istishab

Istihsan, Istislah dan Istishab adalah bagian dari pada sumber hukum yang lainnya dan telah diterima oleh sebahagian kecil oleh keempat mazhab.<sup>52</sup>

## 2. Teori Karakteristik Pemasaran Syariah

---

<sup>49</sup>Tambunan, S. F. *Kebebasan Individu Manusia Abad Dua Puluh: Filsafat Eksistensialisme Sartre*. Jurnal Masyarakat Dan Budaya, 18(2), 59-76, 2 Januari 2016, h.90.

<sup>50</sup>*Ibid*, h.91.

<sup>51</sup>Imaniyati Sri Neni, *Hukum Ekonomi & Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, (Bandung: Mandar Maju, 2002), h. 161.

<sup>52</sup>Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuql Mubin, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), h. 28

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Dalam prinsip ketuhanan menunjukkan sifat kereligiusannya dalam menjalankan usahanya. Sifat religius yang diterapkan yaitu sifat kejujuran dan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT salah satunya kewajiban setiap perempuan yaitu menutup aurat. Hal ini dapat terlihat dari toko dan semua karyawan yang bekerja menggunakan hijab dan menutup aurat dengan baik. Beberapa produk yang dijual juga ada seperti gamis syari'i yang dilengkapi dengan niqab.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Dalam prinsip ini menunjukkan sifat akhlak (moral dan etika) dalam menjalankan usahanya. Sifat yang diterapkan yaitu salah satunya ramah tamah kepada semua pelanggan. Cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang datang. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang diajarkan oleh semua agama di dunia. Karena itu, sudah sepatutnya akhlak dapat menjadi panduan bagi seorang dalam mencari rezeki.

c. Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Dalam prinsip realistis menunjukkan sifat yang tidak kaku atau fleksibel dalam menjalankan usahanya. Tidak fanatik terhadap sesuatu hal, selagi hal tersebut masih dalam koridor



kebenaran. Hal ini menjadi salah satu prinsip yang dijalankan Toko yaitu tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan bahkan lebih sedikit dari orang pada umumnya. Walaupun demikian memiliki pelanggan yang semakin hari semakin banyak.

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Dalam prinsip ini menunjukkan sifat berbagi antar sesama. Berbagi yang dilakukan toko adalah untuk sedekah dengan memberikan makan siang gratis kepada pelanggan yang datang pada jam yang telah ditentukan tanpa syarat apapun. Kemudian juga memberikan 1000 hadiah gratis kepada pelanggan setelah melakukan renovasi toko cukup dengan antri yang rapi maka sudah bisa mendapatkan hadiah gratis. Dengan hal tersebut maka ada dua hal yang bisa di dapatkan yaitu promosi dan saling berbagi. Karena jika bersedekah maka harta kita akan berkurang menurut perhitungan manusia, namun menurut perhitungan Allah SWT harta kita akan bertambah.

### C. Strategi Pemasaran Syariah

Strategi merupakan hal yang berhubungan dengan menetapkan arah bagi pelaku usaha dalam arti sumber daya yang ada dalam pelaku usaha serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu

menemukan persaingan dipasar. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Dalam islam bagian pertama yang terpenting dalam strategi islam untuk mencapai tujuan-tujuan islam adalah tercapainya semua aspek kehidupan keduniaan dengan aspek spritual untuk menghasilkan suatu peningkatan moral, tidak ada satupun sasaran yang akan dapat diwujudkan dan kesejahteraan manusia yang hakiki sulit untuk dicapai. Kesejahteraan manusia hanya dapat direalisasikan dengan pemenuhan kebutuhan material dan spritual manusia, sehingga dari salah satu dari kedua aspek tersebut tidak ada yang diabaikan. Pemasaran syariah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah dan dijalankan berdasarkan konsep keIslaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Definisi pemasaran syariah dalam kaidah fiqih Islam adalah “Almuslimuuna „alaa syuruuthihim illa syarthan harroma halaalan aw ahalla haraaman”, yang artinya kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis (syarat-syarat) yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Kemudian merujuk pula kepada kaidah fiqih yang paling dasar tentang konsep muamalah, yaitu “Al-ashlu filmuamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun „ala

tahrimiha” yang artinya pada dasarnya semua bentuk muamalah adalah diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkan. Islam memaknai marketing sebagai dakwah karena pada dasarnya dakwah ini adalah menjual atau mempromosikan nilai islam yang kita yakini kebenarannya. Seorang muslim yang baik, dalam transaksi muamalahnya dalam hal ini pemasaran baik sebagai pemimpin perusahaan, pemilik, pemasar, pesaing maupun pelanggan, hendaklah berprinsip keadilan, kejujuran, transparansi, etika dan moralitas menjadi nafas dalam setiap bentuk transaksi bisnisnya.<sup>53</sup>

#### **D. Teori Etika Bisnis Islam**

Etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Sedangkan Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.<sup>54</sup> Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Selain itu etika bisnis juga dapat diartikan pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk terouji tercela, benar,

---

<sup>53</sup>Kertajaya, H., & Sula, M. S. *Syariah Marketing*. (Bandung: PT Mizan, 2008)h 34

<sup>54</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013) hlm. 24

salah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang berbisnis atau bekerja.<sup>55</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.<sup>56</sup>

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.<sup>57</sup>

## **2. Kerangka Konseptual**

### **a. Definisi Aplikasi Tiktok**

Tiktok adalah aplikasi video pendek dilengkapi dengan *special effects* menarik yang dapat digunakan oleh pengguna, sehingga hasil video menjadi lebih menarik. Masa pandemi

---

<sup>55</sup>Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta : AK GROUP, 2005) hlm. 4

<sup>56</sup>Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hlm. 4

<sup>57</sup>Ibid.h.6

membuat banyak orang lebih kreatif, dengan banyak munculnya hal-hal baru (memasak, tutorial membuat hiasan rumah, pembelajaran sekolah atau kampus, keilmuan medis dan sebagainya) salah satunya berfesyen yang kita kenal istilah *OOTD* (*Outfit Of The Day*), banyak pengguna aplikasi Tiktok yang menggunakan tema fesyen dengan tujuan memasarkan apa yang pengguna gunakan dalam berfesyen, dengan menarik perhatian pengguna lain maka pakaian yang mereka promosikan akan lebih banyak dikenal dan menarik minat pembeli.<sup>58</sup>

Tiktok sebagai aplikasi platform penyedia pembuatan video hal-hal menarik dengan berbagai macam pilihan memberikan tanda bahwa era digital semakin maju. Banyaknya konten-konten baik berupa foto maupun video menarik yang tersebar di media sosial dan negara, salah satunya Indonesia.<sup>59</sup> Masyarakat Indonesia tidak sedikit yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi tiktok untuk membuat konten-konten menarik bahkan kini juga telah dijadikan platform oleh sebagian orang maupun perusahaan untuk mempromosikan atau memasarkan produk mereka. Platform media sosial seperti TikTok tentunya akan sangat berguna bagi pebisnis untuk meningkatkan penjualan produk mereka, terutama teruntuk pebisnis online yang mana mereka tidak mempunyai outlet atau

---

<sup>58</sup>Rahmawati, *Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*, Doctoral Dissertation, Perpustakaan 1 Januari 2018, h.77.

<sup>59</sup>Dini Dwi Cahyani. *Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok dalam Interaksi Sosial Study Kasus di SMA Negeri 11 Teluk Belitung Timur Bandar Lampung*, Doctoral Dissertation : UIN Raden Intan Lampung 21 April 2021, h.67.

toko nyata dan hanya mengandalkan media sosial sebagai platform atau tempat mereka berbisnis mencari konsumen, tentunya seorang pebisnis online harus mempunyai banyak strategi marketing untuk dapat meningkatkan penjualan mereka. Biasanya strategi yang mereka lakukan adalah dengan membuat digital konten yang menarik mengenai produk mereka untuk dipasarkan. Tentu *digital marketing* tersebut akan sangat mempengaruhi tingkat penjualan seorang pebisnis online.<sup>60</sup>

Banyak akun *online shop* yang juga menggunakan aplikasi Tiktok sebagai wadah untuk mempromosikan barang dagangannya. Tidak diragukan lagi, pengguna aplikasi ini sangat banyak dari berbagai kalangan baik profesi maupun usia, dari anak-anak hingga dewasa, dengan adanya bantuan dari pengguna yang lebih banyak dikenal orang atau kita sebut dengan seleb Tiktok atau orang dengan mempunyai banyak pengikut di Aplikasi Tiktok, dengan minimal *followers* seratus ribu. Banyak para penjual di toko serba maupun di toko besar menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran untuk menguntungkan barang produk mereka lewat media sosial aplikasi Tiktok dan banyak para pelanggan yang

---

<sup>60</sup>Abdulkhkim Arrofi, *Memahami Pengalaman Komunikasi Orangtua-Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial Tik Tok* . Jurnal Interaksi Online 4 Juni 2019, h.203-205.



menyukai barang-barang hasil endorsement penjualan dari produk mereka.<sup>61</sup>

#### **b. Aplikasi Tiktok Perspektif Islam dari Para Ulama**

Salah satu ulama yaitu Adi Hidayat (UAH) menjelaskan soal hukum bermain tiktok dalam islam. Ia menyatakan bahwa segala perkara yang tidak menimbulkan kebaikan maka hukumnya makruh. Namun sebaliknya jika perkara tersebut mengandung kemaksiatan sudah tentu bersifat haram. Dalam sebuah vidio yang diunggah laman instagram “Segala hal yang tidak melahirkan manfaat, minimal positif, itu dinilai makruh oleh syariat, tidak disukai. Apalagi jika hal dikerjakan itu lebih cenderung kepada nilai maksiat, diharamkan oleh nilai agama,”. Hal-hal yang jelas diharamkan syariat Islam adalah adanya gerakan erotis dan terbukanya aurat. Pасalnya, tindakan tersebut bisa menyebabkan munculnya syahwat. “Misal tampilan-tampilan yang erotis, gerakan-gerakan yang mengundang syahwat, atau ada hal-hal yang langsung bertentangan dengan nilai agama, maka dia masuk dalam kaidah haram,”. Ustadz Adi Hidayat menerangkan bahwa segala hal yang menunjukkan pada yang haram maka perangkat tersebut bisa haram hukumnya untuk dimainkan. Jadi mesti hati-hati di ruang yang bisa menghadirkan fitnah atau menghadirkan juga hal-hal yang buruk dalam persepsi agama. Namun jika Aplikasi Tiktok

---

<sup>61</sup>Dinda Rizky Hayati, *Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis*, (Purwokerto: Universitas Islam Negeri 2021). h .23-24.

dimanfaatkan hanya untuk membuka bisnis usaha atau menyebarkan dakwah-dakwah islami maka hukumnya sah-sah saja dan tidak mengandung hal-hal yang berbau negatif. Ustadz Adi Hidayat memberikan nasihat agar umat Islam lebih baik menjauhi perkara yang makruh karena itu lebih baik, Kalau tidak disukai agama jatuhnya bisa haram.<sup>62</sup>

#### 1) Sejarah Aplikasi Tiktok

Tiktok juga dikenal sebagai Douyin yang artinya video pendek vibrto, sedangkan Tik Tok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Meskipun sudah mulai diperkenalkan sejak tahun 2016, popularitas Tiktok baru mulai meledak di tahun 2019, terlihat dari jumlah unduhan di Google.<sup>63</sup>

Playstore telah mencapai 100 juta pengguna aktif di seluruh dunia, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti YouTube, Instagram, Facebook, Messenger, WhatsApp, bahkan aplikasi serupa yang sudah terlebih dahulu terkenal yaitu Musical.ly berhasil diakuisisi oleh Tiktok, sudah banyak *endorsement*

---

<sup>62</sup><https://ibadah.co.id/islamika/aplikasi-tiktok-dalam-pandangan-islam/> di akses pada tanggal 25 Juli 2022, pukul 19.30 WIB.

<sup>63</sup>Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra*, Universitas Widya Dharma Klaten, Volume VI No 2 April 2020. h.28.

yang memanfaatkan aplikasi ini untuk mempromosikan produknya.<sup>64</sup>

## 2) Manfaat Aplikasi Tiktok

### a) Memiliki 500 Juta Pengguna Aktif

Tiktok mempunyai 500 juta pengguna aktif yang benar-benar aktif. Para pengguna Tiktok ini kebanyakan menggunakan Tiktok sebagai alat untuk membuat konten dan sebagai media pemasaran jual beli online. Hal inilah yang membedakan Tiktok dengan aplikasi lain dimana platform lain tidak akan membuat penggunanya untuk menghasilkan konten. 500 juta pengguna Tiktok ini juga bakal melonjak drastis jumlahnya di 2022 ini.<sup>65</sup>

### b) Lebih dari 40% Pengguna Tiktok adalah Remaja

Tiktok bagaikan ladang basah yang bisa digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Pasalnya, lebih dari 40% pengguna Tiktok adalah remaja. Salah satu konsumen terbesar barang-barang untuk gaya hidup adalah remaja. Masyarakat bisa menggunakan Tik Tok untuk promosi barang-barang penunjang gaya hidup seperti pakaian dan kopi kekinian dan lain sebagainya. Anak muda maupun para remaja sekarang sangat menyukai dunia fashion di

---

<sup>64</sup>Susilowati, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai personal Branding Diinstragram", (Jakarta Jurnal komunikasi, vol.9 No.2, Summer 2018, hal. 3

<sup>65</sup>Hasiholan, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*. Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 5 No. 3 Juni 2020, h.63.

berbagai postingan yang ada di Tiktok sebagai kebutuhan dunia fashion tersendiri untuk dijadikan pangsa pasar dan untuk kebutuhan sehari-hari untuk bergaya, bekerja, nongki dan lain sebagainya.<sup>66</sup>

c) Sebagai Iklan Produk

Tiktok telah berinovasi berbagai cara untuk mengiklankan brand barang penjualan secara efektif, yaitu dengan mengkombinasikan konten otentik dan pemasaran yang halus. Tiktok pun berupaya membuat produk dapat diakses melalui video postingan di Tiktok dan pada saat yang sama, Tiktok membuat tampilan yang menyamarkan iklan agar tampak seperti konten yang dibuat oleh pengguna.

d) Melakukan Kolaborasi dengan Influencer Tiktok

Strategi marketing lewat Tiktok bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan memikat lebih banyak audiens. Agar tujuan meraih pasar yang lebih luas ini, bisa pula berkolaborasi dengan influencer Tiktok. Untuk melakukan kolaborasi, dan seseorang perlu mencari tahu terlebih

---

<sup>66</sup>Amelia.R, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tik Tok*, Doctoral Dissertasion, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2 April 2020, h.88.

dahulu siapa influencer yang sedang digemari dan memiliki banyak pengikut dan bisa siajak kerjsama.<sup>67</sup>

### c. Konsep Media Pemasaran

Sosial media marketing atau pemasaran media sosial (SMM) adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar. Ini adalah platform di mana pemasar dapat berinteraksi dengan pelanggan, menyelesaikan pertanyaan dan keluhan, mengumumkan produk dan layanan baru, mendapatkan umpan balik dan rekomendasi, serta membangun komunitas mereka.<sup>68</sup>

Pemasaran sosial media melibatkan aktivitas seperti membangun kehadiran di jejaring sosial, menyebarkan kesadaran merek, melibatkan prospek dan pelanggan melalui konten, mengarahkan lalu lintas ke situs web, dan sebagainya. Marketer media sosial menggunakan media sosial untuk pertama-tama hadir di platform sosial populer, menemukan dan menjangkau pelanggan dan calon pelanggan, lalu mempromosikan produk dan layanan serta melibatkan audiens untuk meningkatkan.<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup>Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram* (Surabaya:Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpennliebe), Jurnal Komunikasi,9(2), 2018 h.176

<sup>68</sup>Cahyani, Dini Dwi, *Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok dalam Interaksi Sosial (Study Kasus di SMA Negeri 11 Teluk Belitung Timur Bandar Lampung)*, Doctoral Dissertation : UIN Raden Intan Lampung 5 Juli 2020, h.45.

<sup>69</sup>Novianto, I. *Perilaku Penggunaan Internet Di Kalangan Mahasiswa*. Surabaya: Universitas Airlangga 23 September 2019, h.21.

Pada tahun 1929, Frigyes Karinthy, seorang penulis Hungaria, mengemukakan konsep yang disebut *Six Degrees of Separation* dalam cerita pendeknya yang berjudul “*Chains*”. Konstruksi tersebut menyebarkan gagasan bahwa setiap orang di dunia dapat dihubungkan melalui maksimal enam koneksi sosial. Maju cepat 68 tahun, Andrew Weinreich memperkenalkan *Six Degrees* pada tahun 1997, situs jejaring sosial pertama di dunia. Platform tersebut menggunakan konsep pemisahan enam derajat sebagai fondasi untuk memungkinkan penggunanya terhubung. Jejaring sosial, seperti Facebook, Twitter, Tiktok dan sebagainya dapat menjadi kekuatan penting dalam pemasaran bisnis ke konsumen maupun pemasaran bisnis ke bisnis.<sup>70</sup>

Aspek kunci jaringan sosial adalah berita dari mulut ke mulut (word of mouth) serta jumlah dan sifat percakapan dan komunikasi antara berbagai pihak. Promosi melalui sosial media yang baik akan menciptakan isu atau rumor yang beredar secara cepat bukan hanya didunia maya tapi juga didunia nyata dan membuat orang sadar akan kehadiran sebuah merek dan membuat orang tersebut semakin penasaran dan ingin mencari tahu akan produk tersebut dan pada akhirnya memunculkan keputusan untuk menggunakan produk tersebut.

---

<sup>70</sup>Mefita, Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 6(4), 2 September 2020, h. 567.



Prinsip ekonomi Islam dalam media pemasaran dalam Islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu.

Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih kreasi penyampaiannya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan.<sup>71</sup> Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis. Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia.

#### **d. Konsep Jual Beli Online**

Jual beli menurut istilah terminologi adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Kata Online terdiri dari dua kata, yaitu On (Inggris)

---

<sup>71</sup>Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm. 274

yang berarti hidup atau didalam, dan Line (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa online bisa diartikan “didalam jaringan” atau dalam koneksi. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan online, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam website maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim email.<sup>72</sup>

Menurut para Ahli yaitu menurut Alimin yang diambil dari penulisan Munir Salim mendefinisikan jual beli online sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik, online bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi.<sup>73</sup> Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli online adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara online

---

<sup>72</sup>Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*. Jurnal Al Daulah, Vol. 6 No. 2. 4 April 2017, h.122.

<sup>73</sup>Gunartin, *Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. Jurnal Eduka, Vol. 2 No. 2. 3 Desember 2017, h.90.

menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain.<sup>74</sup>

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik, perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal melakukan transaksi jual beli. Apabila dahulu yang dimaksudkan dengan transaksi jual beli harus dilakukan dengan cara bertatap muka dimana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual dipasar nyata, saat ini telah beralih kepada era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online. Tidak lagi harus ada pertemuan antara pembeli dengan penjual di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan transaksipun sudah bisa dilakukan antara pembeli dengan penjual.<sup>75</sup>

#### **E. Kerangka Pikir**

Media sosial sebagai media promosi di era ini cukup efektif dan mampu menghasilkan keuntungan yang menggiurkan. Hal ini telah dibuktikan oleh banyak pelaku bisnis. Apalagi saat ini ada

---

<sup>74</sup>Alberthiene Endah, Alberthiene, *Sukses Berbisnis Online Shop*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 21 April 2016), h.67..

<sup>75</sup>Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2020), h. 5.

macam-macam sosial media yang bisa dipilih dan dimanfaatkan secara maksimal untuk kemajuan bisnis. Saat ini yang sedang populer adalah Aplikasi Tiktok, di mana Tiktok ini merupakan media hiburan, tetapi juga cukup ampuh untuk diandalkan dalam melakukan promosi produk. Didukung saat ini sedang banyaknya orang yang menggemari aplikasi Tiktok, sehingga bisa menjadi peluang yang besar untuk menggunakan media sosial tersebut sebagai media promosi.<sup>76</sup>

Cara promosi barang online dengan mengandalkan media sosial berbeda jauh dengan promosi secara manual yang menggunakan pamflet, baliho, dan sebagainya. Pastinya jangkauan promosi dengan media sosial lebih jauh, sehingga *branding* dari produk penjualan akan semakin cepat tercapai.<sup>77</sup>

Toko Serba Harga Murah di Kota Smpit memanfaatkan aplikasi tiktok sebagai media promosi jual beli online salah satunya di jalan Ir. Juanda. Pemilik toko dan para reseller nya juga bekerja sama untuk mempromosikan barang jualannya lewat aplikasi tiktok dengan para model perempuannya beserta para karyawannya untuk mempromosikan berbagai baju, tas import, dompet, sandal, sepatu, celana dan lain sebagainya, sekarang mulai berkembang semenjak

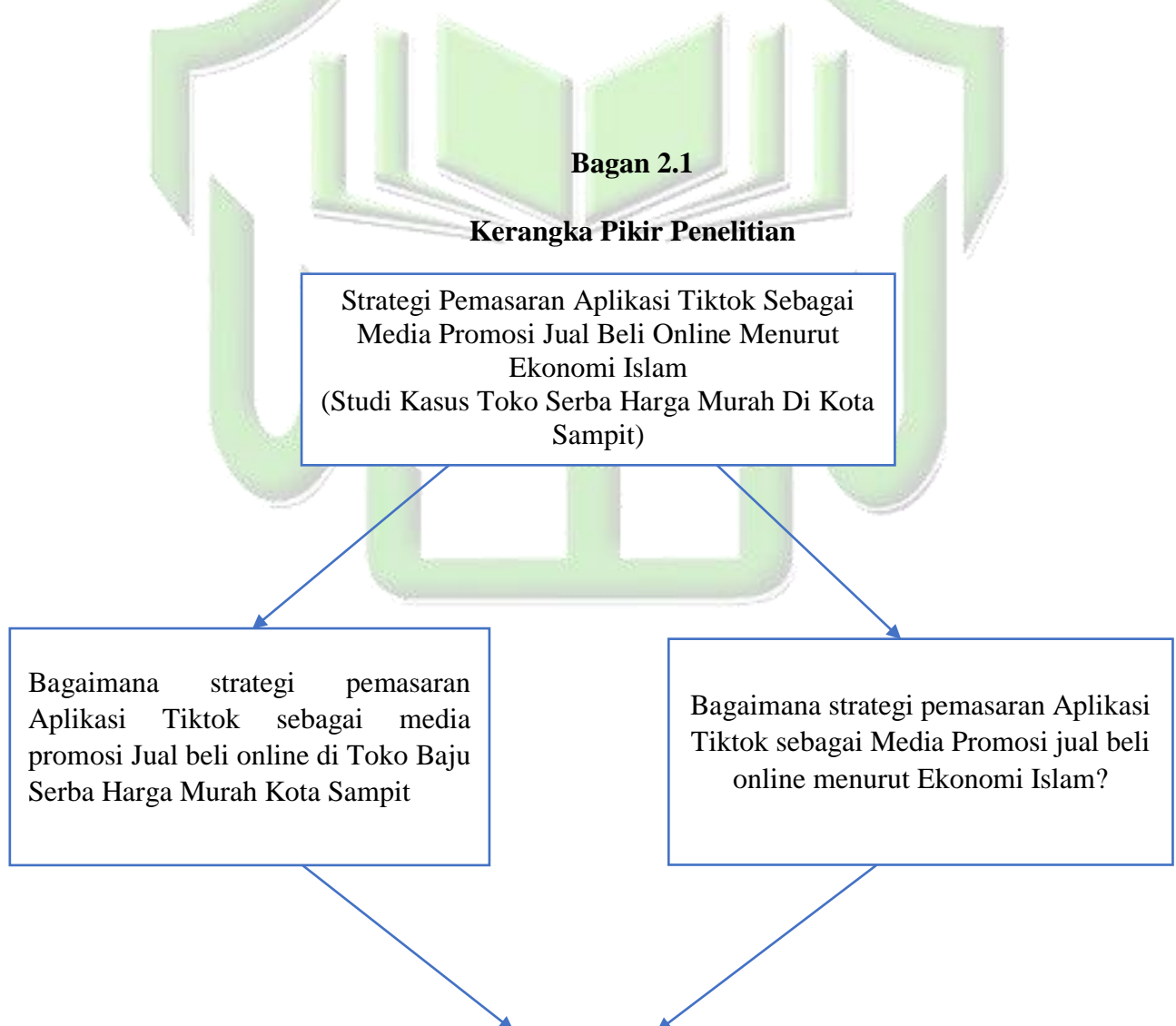
---

<sup>76</sup>Nabhila Nasution, *Analisis Hukum Pelanggaran Hak Cipta Pengguna Aplikasi Tiktok Ditinjau Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, Universitas Sumatera Utara, Vol. 14 No. 1 Juni 2021, h.90.

<sup>77</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio teknologi)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 3.

mereka mempromosikan barang jualannya lewat berbagai aplikasi media sosial salah satunya aplikasi tiktok.

Penelitian ini didasarkan pada kenyataan yang sering terjadi dimasyarakat tentang Strategi Pemasaran produk dalam media promosi dengan cara memanfaatkan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam. Maka dari itu penulis mengambil penelitian ini bertujuan untuk mencari bagaimana strategi pemasaran media promosi digunakan untuk memasarkan produk dengan baik dengan cara menggunakan Aplikasi Tiktok.





## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), lapangan (*field research*) adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data di lapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang menggunakan data yang diperoleh dari target penelitian.<sup>78</sup> Data yang didapat oleh subjek melalui instrumen pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, dimana penelitian yang dimaksud untuk memahami bagaimana pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran jual beli online agar para pembeli menyukai jual beli online melewati Aplikasi Tiktok dan mendapatkan harga yang murah meriah bahkan barang yang sangat bagus dan berkualitas tinggi agar sesuai dengan kebutuhan shopping masyarakat sekitar.<sup>79</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dan pendekatan studi kasus yaitu metode kualitatif sebagai prosedur

---

<sup>78</sup>Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020, h. 4.

<sup>79</sup>Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Absolute Media, 2020, h. 45.



penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>80</sup> Metode kualitatif bersifat mengembangkan teori yaitu dengan mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan-lapangan, foto, *videotape*, dokumen, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya untuk dianalisa sehingga mendapatkan hasil yang kualitatif.<sup>81</sup>

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 2 (dua) bulan tepatnya pada bulan Juni-Juli setelah proposal diseminarkan dan mendapat surat izin dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Kemudian peneliti mencari data dan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

### **2. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Toko Serba Harga Murah Sampit, yang beralamat di jalan Juanda dan jalan Ketapi 7 dimana di Toko Serba Harga Murah menggunakan Aplikasi Tiktok

---

<sup>80</sup> *Ibid*, h.46.

<sup>81</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2018, h.64.

untuk memasarkan sebuah produknya dan selalu ada voucher belanja gratis untuk para pelanggannya yang sering berbelanja di toko tersebut dan sangat ramai dikunjungi oleh para pembeli. Para reseller Toko tersebut sangat memanfaatkan media online Aplikasi Tiktok guna menambah sebuah pendapatan dan keuntungan yang sangat besar.

### **C. Objek dan Subjek Penelitian**

#### **1. Objek Penelitian**

Objek penelitian di dalam riset adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>82</sup> Objek dalam riset bisa berupa sifat dari seseorang atau sekelompok orang, kemudian ditemukan masalah atau pandangan dari kelompok orang tersebut yang perlu diteliti lebih dalam. Baik untuk dicari penyebabnya dan juga untuk ditemukan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi, adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online dalam memasarkan sebuah produk di Toko Serba Harga Murah Kota Sampit.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup>Affuddin & Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Pustaka Setia, 2019, h. 88.

<sup>83</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Panduan Peneliti Contoh Proposal Kualitatif)*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 72.

## 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah mengetahui siapa yang akan diteliti dalam penelitian yang akan dilakukan, dalam setiap penelitian tentunya terdapat subjek dan objeknya. Subjek penelitian lebih mengacu pada informan yang menjadi sumber data penelitian. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian, yaitu keseluruhan objek di mana terdapat beberapa narasumber atau informan yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.<sup>84</sup>

Subjek dari penelitian ini adalah pemilik dan karyawan toko dan para masyarakat sekitar atau pembeli yang sangat suka berbelanja di Toko Serba Harga Murah Sampit dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Berdasarkan hal diatas peneliti mengambil subjek penelitian berdasarkan kriteria

---

<sup>84</sup>Mardalis, *Metodologi Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta : Bumi Aksara, 2016, h. 28.

yang diambil oleh peneliti.<sup>85</sup> Maka dalam hal ini, yang menjadi subyek penelitian diantaranya sebagai berikut:

a. Pihak Pemilik Toko (Subjek Utama)

Pemilik Toko Serba Harga Murah dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merupakan Pemilik Toko Serba Harga Murah Sampit
- 2) Pemilik Toko yang terlibat dalam proses penerapan strategi pemasaran Toko Serba Harga Murah Sampit
- 3) Mengetahui perkembangan Toko Serba Harga Murah Sampit
- 4) Bersedia diwawancarai

b. Pihak Karyawan Toko (Subjek Tambahan):

Karyawan Toko Serba Harga Murah dan Cabang Toko Serba Murah Sampit meliputi tiga orang karyawan pada setiap toko dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merupakan karyawan Toko Serba Harga Murah Sampit
- 2) Bagian yang terlibat dalam proses penerapan strategi pemasaran Toko Serba Harga Murah Sampit
- 3) Mengetahui perkembangan Toko Serba Harga Murah Sampit
- 4) Lama bekerja minimal 5 (lima) Bulan

---

<sup>85</sup> Febti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017, h. 38.

5) Bersedia diwawancarai

c. Pihak Para Pembeli (Subjek Tambahan):

Para pembeli Toko Serba Harga Murah dan Cabang Toko Serba Murah Sampit meliputi tiga orang pembeli pada setiap toko dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merupakan pelanggan toko Serba Harga Murah dan Cabang Toko Serba Harga Murah Sampit yang sudah berbelanja minimal 3 (tiga) kali
- 2) Memiliki Tiktok
- 3) Bersedia diwawancarai
- 4) Rata-rata berusia 20 Tahun sampai 50 Tahun.

Terdapat 3 orang para pembeli yang sering berbelanja di Toko Serba Harga Murah Sampit yang bersedia untuk diwawancarai

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang

digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Inti dari observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai.<sup>86</sup> Pada dasarnya, tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam lingkungan tersebut beserta aktivitas dan perilaku yang dimunculkan, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu yang terlibat. Adapun yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu mengamati bagaimana Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok ini dalam memasarkan sebuah produk atau jualannya dikalangan masyarakat sekitar maupun disekitar toko atau di media online.<sup>87</sup>

## 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti. Wawancara ini dapat digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.<sup>88</sup>

Melalui teknik wawancara ini penulis akan berkomunikasi secara langsung dengan responden yaitu para Karyawan Toko dan

---

<sup>86</sup>Taylor, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remadja Karya 2 Desember 2018), h.48..

<sup>87</sup>Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019, h.131-132.

<sup>88</sup>Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, 2018, h.73.

para pembeli yang suka berbelanja di Toko Serba Harga Murah Sampit yang bersedia untuk diwawancarai. Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara berstruktur adalah dimana pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dan pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>89</sup> Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, yaitu berupa dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, video atau Aplikasi Tiktok dan lain sebagainya. Studi dokumen merupakan pelengkap dan pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>90</sup> Hasil penelitian akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang digunakan Toko Serba Harga Murah dan Cabang Toko Serba Harga Murah Sampit.

### E. Pengabsahan Data

---

<sup>89</sup>Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017, h. 219.

<sup>90</sup>*Ibid*, h.221..



Pengabsahan data adalah untuk menjamin bahwa semua data yang telah diteliti baik melalui wawancara, observasi ataupun melalui teknik dokumentasi adalah sesuai dan relevan dengan kenyataan yang sesungguhnya. Selain itu hal-hal yang disampaikan tentang permasalahan dalam penelitian adalah benar-benar terjadi dan ada di lokasi penelitian.<sup>91</sup>

Terkait secara langsung dengan pengabsahan data ini, penulis menggunakan teknik *Trianggulasi*. *Trianggulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber.<sup>92</sup>

Trianggulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Hal ini dimaksudkan untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat di capai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan

---

<sup>91</sup>Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 227.

<sup>92</sup>Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h.131-132.

membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>93</sup>



---

<sup>93</sup>Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018), h. 69-70

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>94</sup> Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang digunakan Bungin dalam bukunya analisis *Data Penelitian Kualitatif*, yaitu dikatakan bahwa:

1. *Data collection*, atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtikarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.<sup>95</sup>
3. *Data display* atau penyajian data ialah data yang dari kancah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan, dan semacam pembuatan table atau diagram dalam tradisi penelitian kualitatif.

---

<sup>94</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016, h. 179.

<sup>95</sup>Jhon W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih di Antara Lima Pendekatan)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018, Cet. Ke-2, h.115.

4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.<sup>96</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memahami skripsi ini, peneliti akan menjelaskan tentang sistematika yang terbagi menjadi lima bab, dengan perincian sebagai berikut:

BAB I adalah pendahuluan, merupakan bab yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan dan kegunaan penelitian.

BAB II adalah kajian pustaka, yang terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teoritis dan kerangka berpikir.

BAB III adalah metode penelitian, merupakan bab yang berisikan pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, teknik analisis data dan sistematika penulisan.

BAB IV Penyajian dan Analisis Data, menguraikan tentang Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran Jual Beli Online (Studi Kasus Toko Serba Harga Murah Kota Sampit).

BAB V Kesimpulan, berisi tentang kesimpulan dan saran.

---

<sup>96</sup>Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), h. 69.

## BAB IV

### HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Kota Sampit

Sampit adalah ibu kota Kabupaten Kotawaringin Timur di Kalimantan Tengah, Indonesia. Lokasi kota Sampit berada di kecamatan Mentawa Baru Ketapang dan kecamatan Baamang. Jumlah penduduknya 166.733 jiwa pada tahun 2019 menurut data BPS Kabupaten Kotawaringin Timur. Kota Sampit dibelah oleh Sungai Mentaya dan berada di tengah tengah Sungai Mentaya. Sampit memiliki wilayah seluas 1.365,95 km<sup>2</sup> dengan kondisi geografi daerah dataran rendah dan sebagian daerahnya berawa, memiliki ketinggian dari 0 sampai 25 meter dari permukaan laut. Pada awal kemerdekaan Indonesia, Sampit terletak di daerah Kotawaringin dengan tiga wilayah administratif dalam bentuk kawedanan yang meliputi Sampit Barat, Sampit Timur, dan Sampit Utara. Hal ini merujuk pada keputusan Gubernur Kalimantan pada tanggal 3 Agustus 1950 dengan Surat Keputusan Nomor 154/OPB/92/04 yang menyatakan bahwa Daerah Kotawaringin (*Onder Afdelling* Kotawaringin) disatukan dengan tiga kawedanan (Sampit Barat, Sampit Timur dan Sampit Utara) ke dalam wilayah Pemerintah daerah Otonom Kotawaringin dengan ibukotanya di Sampit.<sup>97</sup> Sebagai upaya untuk dapat mengatur daerahnya masing-

---

<sup>97</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Sampit> di akses pada tanggal 2 Juli 2022, pukul 13.00 WIB

masing, masyarakat provinsi Kalimantan meminta agar pemerintah Indonesia membentuk daerah-daerah otonom Kabupaten yang setingkat dengan Kabupaten. Kemudian, pemerintah menetapkan Undang-Undang Darurat Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1953 Tentang Pembentukan (Resmi) Daerah Otonom Kabupaten/Daerah Istimewa Tingkat Kabupaten Dan Kota Besar Dalam Lingkungan Propinsi Kalimantan. Berdasarkan dasar hukum tersebut, terbentuklah kabupaten Kotawaringin yang meliputi kawedanan Sampit Barat, kawedanan Sampit Timur, kawedanan Sampit Utara dan Swapraja Kotawaringin. Seiring dengan perkembangan wilayah dan perlunya menambah keserasian dalam menjalankan pemerintahan daerah, maka dibutuhkan penambahan jumlah Daerah tingkat II di Kalimantan, dengan jalan membagi beberapa Daerah tingkat II lama menjadi beberapa Daerah tingkat II baru dan membentuk Kotapraja baru. Dalam mendukung pembentukan daerah baru maka pemerintah menetapkan Undang-Undang Tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953 Tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Di Kalimantan (Lembaran-Negara Tahun 1953 No. 9), Sebagai Undang-Undang. Dengan demikian, kabupaten Kotawaringin terbagi menjadi dua, dimana Pemerintah Daerah Tingkat II Kotawaringin Timur berkedudukan di Sampit dan Kotawaringin Barat yang merupakan Swapraja Kotawaringin berkedudukan di Pangkalan Bun.<sup>98</sup> Dilihat

---

<sup>98</sup><https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pangkalanbun/baca-artikel/13570/Sampit->

dari sejarahnya, Sampit merupakan salah satu permukiman tertua di Kabupaten Kotawaringin Timur, nama kota ini sudah ada disebut di dalam Kakawin Nagarakretagama yang ditulis tahun 1365 maupun di dalam Hikayat Banjar yang bagian terakhirnya ditulis pada tahun 1663. Pada tahun 2001, di kota ini terjadi kerusuhan etnis antara suku Madura dengan Dayak. Dalam kerusuhan tersebut, lebih dari 400 orang tewas dan 40.000 orang harus mengungsi.<sup>99</sup>

## 2. Visi dan Misi Kota Sampit

### a. Visi

”Demokratis, Adil, Maju, Aman, Indah-Lestari, Mandiri, Taqwa, Profesional”

### b. Misi

- 1) Mewujudkan Kabupaten Kotawaringin Timur yang Asri dan Lestari
- 2) Meningkatkan Kualitas Sumberdaya Manusia
- 3) Mengembangkan Industri Pengolahan
- 4) Mengembangkan sektor pertanian yang sesuai dengan lahan di Kotawaringin Timur
- 5) Mengembangkan Kondisi Sosial Politik yang Demokratis, Saling Tenggang Rasa, Persatuan, dan Aman

---

[Kota-Lintas-Perekonomian-Kalimantan-Tengah.html](#) di akses pada tanggal 2 Juli 2022, pukul 13.00 WIB.

<sup>99</sup>[https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g3971044-d12245942-r467820430-Sampit\\_City\\_Park-Sampit\\_Central\\_Kalimantan\\_Kalimantan.html](https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g3971044-d12245942-r467820430-Sampit_City_Park-Sampit_Central_Kalimantan_Kalimantan.html) di akses pada tanggal 2 Juli 2022, pukul 13.15 WIB



- 6) Meningkatkan Pelayanan Fasilitas Sosial
- 7) Mewujudkan Masyarakat yang Beriman dan Bertakwa
- 8) Pemerataan Pembangunan Sarana Prasarana Ekonomi
- 9) Meningkatkan Pelayanan Sarana dan Prasarana Permukiman
- 10) Melakukan Pencegahan dan Penanganan Bencana
- 11) Meningkatkan Profesionalisme Pegawai di lingkungan Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Timur\Meningkatkan Efektifitas dan Efisiensi Pemerintahan Kabupaten Kotawaringin Timur<sup>100</sup>

## **B. Gambaran Umum Toko Baju Serba Harga Murah Kota Sampit**

### **1. Profil**

Toko Serba Harga Murah Kota Sampit merupakan toko utama yang berada di Sampit Kotawaringin Timur di dirikan oleh DHS pada April tahun 2016 di jalan Tar-tar lalu berpindah tempat di jalan Juanda pada bulan Januari tahun 2018. Kemudian karena kesibukan yang mengharuskan owner sering keluar kota, akhirnya bisnis toko pakaian ini diteruskan oleh NS adik dari owner, dan pada saat itu, toko serba harga murah sangat ramai dikunjungi oleh para pembeli bahkan mereka membuka 1 cabang toko lagi di tahun 2019 yang bertempat di jalan ketapi 7 dan mengalami perkembangan penjualan di tahun 2020 sampai sekarang. Awal mula toko ini bernama Toko serba 50 ribu Sampit, tetapi karena semakin banyak toko yang hampir sama namanya baik dalam kota

---

<sup>100</sup><https://jdih.kotimkab.go.id/hal-VISI-DAN-MISI-> diakses pada tanggal 3 Juli 2022, pukul 10.22 WIB

maupun luar kota akhirnya toko ini mengalah dengan mengganti nama menjadi toko Serba Harga Murah Sampit. Lokasi Toko ini berada di jalan Juanda dan cabangnya di jalan Ketapi 7. Toko ini memiliki 12 orang karyawan dan dibagi menjadi 6 orang karyawan di toko utama sedangkan di toko cabang satunya juga menjadi 6 orang karyawan.. Toko Serba Harga Murah setiap harinya bekerja mulai dari jam 08.00-21.00 untuk menjaga toko serta melayani para pembeli. Toko ini memiliki banyak produk yang dipasarkan mulai dari lokal maupun import, yaitu baju, tas, sandal, sepatu, jilbab, gamis, jam tangan dan lain-lain.

Toko ini memang sangat menguntungkan bagi masyarakat dan antusias masyarakat yang luar biasa untuk berbelanja, dan mereka mempromosikan barang tersebut menggunakan Aplikasi Tiktok dan sekaligus memasarkan produk lewat Tiktok Shop. Jadi, para pembeli akan sangat mudah melihat review barang dengan menggunakan Aplikasi Tiktok dan melihat hasil bahan produk dengan jelas. Dengan adanya Toko Serba Harga Murah Sampit mereka dapat memenuhi keinginan mereka tanpa harus memikirkan harga yang mahal. Tujuan utama NS mendirikan Toko Serba Harga Murah Sampit adalah untuk membantu masyarakat yang tergolong dalam masyarakat kelas menengah ke bawah.<sup>101</sup>

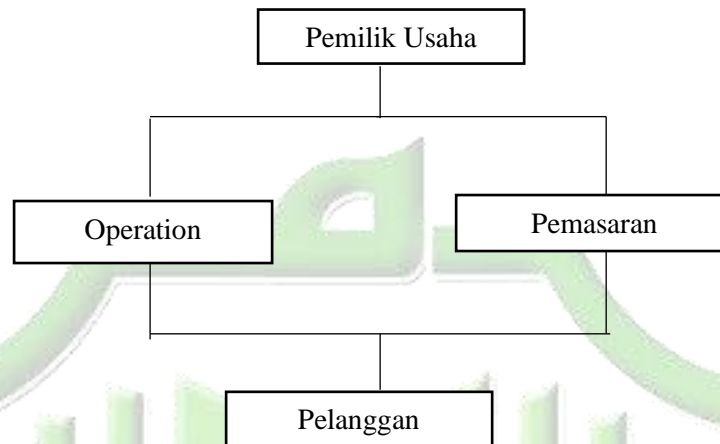
## **2. Struktur Organisasi**

---

<sup>101</sup>Wawancara dengan NS di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 15 Juni pukul 12. 30 WIB.

Struktur organisasi yang ada di Toko Serba Harga Murah Sampit yang didirikan oleh NS :<sup>102</sup>

Bagan 4.1  
Struktur Organisasi Toko Serba Harga Murah Sampit



### 3. Deskripsi Kerja

Pembagian uraian tugas dari setiap jabatan, ialah sebagai berikut :

#### a) *Owner* (Pemilik Usaha)

*Owner* sebagai pemilik perusahaan memegang kedudukan tertinggi dalam organisasi. *Owner* mempunyai wewenang dalam mengambil keputusan dan membuat kebijakan, serta melakukan pengawasan terhadap usaha sesuai dengan program dan tujuan yang telah ditetapkan.

Selain tanggung jawab dan tugas tersebut di atas, ada beberapa tugas lain yang dilakukan oleh *owner*, yaitu :

- 1) Melakukan hubungan baik dengan pembeli atau konsumen

---

<sup>102</sup>Wawancara dengan NS di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 15 Juni pukul 12. 30 WIB.

- 2) Melakukan hubungan baik dengan karyawan
- 3) Membina dan mengkoordinir karyawan.

**b) Penanggung Jawab**

Penanggung jawab (*Store Manager*) adalah seorang yang bertanggung jawab penuh atas kondisi seluruh toko dan para karyawan yang berada di dalamnya.

**c) Operation**

Pegawai yang dipekerjakan untuk mengurus segala kegiatan di suatu perusahaan, seperti :

- 1) Bagian kasir, bertugas menjalankan proses penjualan dan pembayaran melakukan pencatatan atas semua transaksi, membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai semua produk, melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan, melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan, melakukan pengecekan stok bulanan.
- 2) Bagian Pramuniaga, bertugas mengelola barang dagangan di area penjualan, membentuk kepercayaan pelanggan terhadap performance perusahaan (toko) dan kualitas barang yang dijual, menjawab pertanyaan pelanggan, melayani keluhan dari pelanggan dengan baik dan menginformasikan kualitas barang.

**d) Marketing**

Marketing ialah merupakan staf ahli dalam memasarkan produk Toko Serba Harga Murah Sampit diantaranya tugas marketing yaitu :

- 1) Memperkenalkan produk ke segmentasi pasar
- 2) Memasarkan dan menjual produk
- 3) Meningkatkan jumlah penjualan semaksimal mungkin

## **2. Produk**

Produk yang ditawarkan dalam Toko Serba Harga Murah Sampit diantaranya :

- a. Baju
- b. Celana
- c. Jilbab
- d. Parfum
- e. Tas
- f. Sepatu
- g. Sandal
- h. Jam tangan
- i. Aksesoris
- j. Selimut
- k. Mukena<sup>103</sup>

## **B. Penyajian Data**

---

<sup>103</sup>Wawancara dengan NS di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 15 Juni pukul 12. 30 WIB.

Toko Serba Harga Murah Kota Sampit merupakan toko utama yang berada di Sampit Kotawaringin Timur di dirikan oleh DHS pada April tahun 2016 yang beralamat di jalan Tar-tar lalu berpindah tempat di jalan Juanda pada bulan Januari tahun 2018. Kemudian karena kesibukan owner sering keluar kota, akhirnya bisnis toko pakaian ini diteruskan oleh NS adik dari owner, dan pada saat itu, toko serba harga murah sangat ramai dikunjungi oleh para pembeli dan mereka pindah toko di jalan Juanda dan setelah itu membuka 1 cabang toko lagi di tahun 2019 yang bertempat di ketapi 7 dan mengalami perkembangan penjualan di tahun 2020 sampai sekarang. Mereka memulai mempromosikan barang jualannya dengan aplikasi Tiktok, pada tahun 2020 dan langsung sangat ramai dikunjungi oleh para pembeli, karena barang jualannya yang sangat bagus dan sesuai yang ada didalam foto dan video Tiktok dan harganya juga sangat terjangkau bagi anak muda millennial sekarang. Tujuan utama NS mendirikan Toko Serba Harga Murah Sampit adalah untuk membantu masyarakat yang tergolong dalam masyarakat kelas menengah ke bawah.

Pada penyajian data hasil penelitian ini penulis terlebih dahulu memaparkan pelaksanaan penelitian yang diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya ke Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Setelah mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, penulis menemui subjek-subjek penelitian yaitu masing-masing pemilik usaha

(owner), karyawan dan pelanggan untuk menanyakan perihal yang berkaitan dengan penerapan Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam.

### 1. Strategi Pemasaran Toko Baju Serba Harga Murah Sampit

Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti peroleh setelah melakukan wawancara dengan subjek-subjek penelitian di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit.

#### a. Pemilik Usaha (owner) Toko Baju Serba Murah Sampit.

Berikut adalah identitas subjek pertama yang peneliti wawancara yang merupakan pemilik dari Toko Baju Serba Harga Murah Sampit:

Nama : NS

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 26 Tahun

Jabatan : Owner Toko Baju Serba Harga Murah Sampit

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudara NS dari Toko Baju Serba Harga Murah Sampit mengenai sejak kapan dan bagaimana awalnya beliau membuka usaha Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Awalnya toko ini punya kaka saya yang bernama Dina, saya disini cuman kadang menjaga tokonya waktu dulu awal-awal baru buka pada tahun 2016. Kemudian karena kaka saya memiliki kesibukan yang sering keluar kalimantan akhirnya saya yang meneruskan usaha ini. Awal membuka usaha ini hanya kecil-kecilan. Berjuang dari nol



sampai bisa seperti sekarang. Mulai dari barang cuman ada sedikit sampai kaya sekarang alhamdulillah. Saya merintis usaha ini dari belum lulus kuliah sampai saya sekarang sudah lulus kuliah. Ya semua memang harus dari bawah, berjuang dari awal, semuanya tidak mudah tapi berkat sabar, berdoa, sedekah dan banyak bersyukur semua pasti akan indah. Jadi awal toko ini berdiri di Sampit Januari 2016, kemudian saya membuka cabang di jalan Ketapi 7 Barat pada 30 April 2019 dengan nama Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Pada saat itu nama tokonya adalah Toko Serba 50 ribu Sampit Kemudian makin hari makin kesini banyak lihat toko yang hampir mirip namanya baik dalam kota maupun luar kota dan banyak juga yang bilang itu cabang kami. Sampai akhirnya kami mengalih ganti papan nama jadi Toko Serba Harga Murah Sampit. Jujur kayaknya yang niru dapat uang lebih banyak dari pada saya yang buka duluan di Sampit. Itulah saya baru ngerti kalau yang namanya karya itu bukan cuma tentang uang. Tapi intinya sih ikhlas aja, jalani, syukuri dan ingat *count your blessing not your problems.*”

Peneliti kemudian bertanya Kepada Saudari NS tentang apa saja produk yang dijual di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya:

“Produk yang dijual ditoko ini kan banyak yaa. Bisa dilihat sendiri mulai dari baju, celana, rok, jilbab, jam tangan, tas, sandal, sepatu, aksesoris seperti kacamata gitu. Untuk produk yang ada di toko kita semuanya *best seller* yaa kaya baju, tas, sandal *best seller* rata-rata. Tapi memang yang paling *best seller* itu baju sama celana. Kami selalu mengutamakan produk yang kami jual harganya murah sama masyarakat dan mengikuti *trend fashion* sekarang. Apalagi di kota Sampit untuk pengetahuan tentang *trend fashion* yang mereka miliki itu bisa dilihat dari gaya hidupnya. Melihat gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan zaman ya bisa dikatakan mereka adalah masyarakat yang *up to date*. Mereka selalu tahu pakaian dengan keluaran terbaru atau model-model yang terbaru dan selalu melihat dari sosmed bahkan gaya *Style OOTD* berpakaian di Aplikasi Tiktok yang lagi viral sekarang. Jadi kelebihannya itu barang yang kami jual selalu *up to date*

dan mengikuti model terbaru itu yang menjadi ciri khas nya.”<sup>104</sup>

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang harga jual dan strategi penetapan harga. Berikut hasil wawancaranya:

“Untuk strategi penetapan harga sesuai dari sananya aja sih, kalau harga dari sananya naik ya naik kalau turun ya kita turunkin. Tapi jarang banget kalau dari sana naik, pasti turun. Soalnya kita suplier ngambilnya partai besar jadi pasti mereka ngasih banyak banget potongannya jadi kita itu bisa menjual lebih murah. Kita belanja dari luar Kalimantan. Jadi kenapa toko kita bisa menjual murah dari yang lain karena prinsip toko kita mending untung sedikit tapi banyak barang yang keluar jadi perputarannya cepat. Untuk keuntungannya yang ambil itu sekitar 3-5rb/pcs. Makanya kita bisa bertahan sampai sekarang. Dalam sehari bisa menjual baju 100pcs/hari dan aksesoris 200pcs/hari itu kalau hari biasanya. Kalau lagi ramai banget dekat lebaran gini bisa 600pcs/hari malah bisa sampai 1000pcs/hari. Kalau untuk keuntungannya bisa sampai 100juta/bulan itu hitungan bersihnya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang alasan pemilihan lokasi. Berikut hasil wawancaranya :

“Alasan memilih tempat di lokasi ini yaitu di Jalan Juanda karena lokasi disini sangat ramai dan dekat pasar subuh bahkan ada swalayan terdekat. Dan sudah banyak pelanggan kami yang sering beli baju di toko kami.” Setelah itu kami membuka cabang di Jalan Ir. H. Juanda dan itu sangat dekat jalan raya dan juga sangat ramai lokasinya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang Strategi apakah yang diterapkan oleh Toko Serba Harga Murah

---

<sup>104</sup>Wawancara dengan NS di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 15 Juni pukul 13. 00 WIB.

Sampit agar menjadi viral dan unggul dari para pesaing dan menjadi pilihan pelanggan. Berikut hasil wawancaranya :

Strategi yang kami gunakan yaitu dengan cara konsep *trend fashion* lewat Aplikasi Tiktok yang sedang naik daun sekarang. Karena di kota Sampit belum banyak yang memanfaatkan Aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran jual beli online, jadi toko kami menggunakan aplikasi tersebut untuk mempromosikan barang-barang hasil jualan kami di dalam kota maupun diluar kota, maka dari itu banyak para pelanggan kami yang penasaran dengan barang yang kami jual karena kami juga sering mengadakan acara giveaway atau bagi-bagi hadiah dengan cara melakukan pembelian di toko kami diatas harga 100rb.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang apa yang membuat pemilik toko sangat berambisusi untuk mempromosikan barang jualan nya lewat Aplikasi Tiktok. Berikut Hasil wawancaranya :

Pada saat itu toko kami ingin mempromosikan barang dengan suasana yang berbeda agar beda dari toko yang lain, yaitu dengan cara memanfaatkan Aplikasi Tiktok untuk mempromosikan barang jualan kami, sekaligus toko serba murah juga bekerja sama dengan para karyawan kami untuk menjadi cover atau model fashion barang-barang kami untuk di promosikan lewat Aplikasi Tiktok, karena aplikasi Tiktok adalah aplikasi yang sangat menjanjikan sebagai wadah pemasaran jual beli online. Dan alhamdulillah sekarang toko kami lumayan ramai dikarenakan atas bantuan dari para karyawan dan Aplikasi Tiktok ini.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang cara kerja pembuatan Video Tiktok dalam memasarkan produk jualan nya. Berikut hasil wawancaranya :

“Cara kami membuat video untuk dipromosikan ke Aplikasi Tiktok yaitu dengan cara mempromosikan satu-satu barang yang akan di promosikan bersama para karyawan kami untuk menjadi model di dalam videonya. Kami ada merekrut karyawan untuk bagian shoot video

model baju pakaian, celana, sandal dan barang lainnya yang akan kami buat dalam take video, dengan karyawan kami yang bisa bergaya *OOTD* dalam foto/video untuk memasarkan barang-barang kami, lalu setelah itu kami edit beberapa bagian, dan kami upload ke dalam Aplikasi video Akun Tiktok Toko Baju Serba Harga Murah Sampit dan kadang kami upload juga ke Aplikasi Instagram.”<sup>105</sup>

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang bagaimana menurut pandangan anda tentang jual beli online lewat Aplikasi Tiktok terhadap Ekonomi Islam. Berikut hasil wawancaranya:

Menurut pandangan saya, Jual beli online lewat Aplikasi Tiktok ini sangat bermanfaat sekali karena dengan cara strategi marketing lewat Tiktok bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan memikat lebih banyak pelanggan kami. Memang agak rumit dalam proses pembuatan video yang kami edit, namun di toko kami sudah ada karyawan yang bisa mengedit video jualan kami secara rapi dan diedit secara semaksimal mungkin. Nah, jika di pandang lewat Ekonomi Islam atau berbasis Syariah, berhubung saya juga menganut Agama Islam, menurut saya aman-aman saja selagi tidak membuat onar dalam penjualan atau pembuatan video yang kami buat, karena pada dasarnya berjualan secara Syariah adanya penjual dan pembeli lalu adanya etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertransaksi secara aman, berperilaku dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Maka, seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sudah sesuai dengan Syariah. Selagi kami tidak menjual barang yang haram, maka dari itu, proses pemasaran yang kami lakukan aman-aman saja dan kami juga menjual barang sesuai kebutuhan hidup manusia secara halal.”

Peneliti kemudian bertanya kepada saudari NS tentang bagaimana cara Toko Serba Harga Murah dalam mempromosikan

---

<sup>105</sup>Wawancara dengan NS di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 15 Juni pukul 13. 50 WIB.

barang jualannya dan menghadapi hambatan permasalahan promosi pemasaran produknya. Berikut hasil wawancaranya :

“Dari segi promosi juga kami sangat memaksimalkan sosial media seperti Tiktok, Instagram, Whatsapp. Karena saya sering menekankan sama karyawan kalau setiap hari kalian harus bikin *review* se bagus mungkin buat *ngereview* barang-barang terbaru yang ada di toko. Jadi sudah kerjaan anak-anak setiap pagi di toko utama dan cabang toko yang satunya, semua harus di *style* kan gayanya. Alhamdulillah karyawan kami itu anaknya *styles* semua, Dalam story itu kami contohkan *OOTD* (*oufit of the day*) dengan barang-barang yang ada di toko. Jadi ketika mereka melihat contoh *OOTD* itu mereka mempunyai inspirasi cara memadukan dari jilbab sampai sepatu dengan gaya kekinian. Kami juga setiap bulan selalu mengadakan *giveaway* dengan memberikan voucher belanja ratusan ribu rupiah dan hadiah menarik lainnya . Kemarin juga setelah merenovasi toko kami membagikan hadiah gratis tanpa syarat kepada seluruh pelanggan toko baju serba harga murah dan alhamdulillah antusias mereka diluar dugaan. Terus untuk yang baru-baru ini kami membagikan nasi gratis setiap hari Jum’at untuk pelanggan yang berbelanja ke toko pada saat jam yang sudah di tentukan. Alhamdulillah sekalian berbagi semoga usaha yang kami jalankan berkah dan lancar terus ke depannya. Terus nanti rencananya seteleh renovasi toko sebelah nanti mau bagi-bagi hadiah gratis lagi hadiahnya lebih banyak dari yang kemarin dan banyak potongan harga lagi. Bisa nanti sampai 500pcs hadiah gratis yang kami bagikan. Itu juga salah satu strategi promosi kami supaya orang yang awalnya gak tahu, jadi tahu karena itu. Kalau hambatannya sih selama ini belum ada paling cuman kalau mati lampu jadi wifinya mati juga internetnya jadi lelet sama misalnya kaya kemarin waktu instagram lagi down itu salah satu hambatannya juga.”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada saudari NS terkait syarat-syarat menjadi karyawan dan jumlah karyawan yang bekerja. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk syarat menjadi karyawan di toko ini yang pertama wanita, tidak sedang kuliah, belum menikah, mudah



bergaul, tidak tempramental, jujur, santun dalam bertutur kata, ceria, berpenampilan menarik dan yang paling penting harus sabar. Karena kalau kita gak sabar gimana mau melayani pelanggan. Kemudian untuk jam kerjanya mulai dari jam 08.30-19.00 WIB. Kalau masalah jumlah karyawan disini dulu waktu awal-awal buka cuman 2 orang. Tapi karena semakin banyak pelanggan kami juga kadang kerepotan dan akhirnya menambah karyawan sampai sekarang total karyawan di toko ini 12 orang. Jadi Toko Utama ada 6 orang, dan Toko satunya juga ada 6 orang. Dan mereka bekerja shif-shif an. Setiap orang memiliki tugas masing-masing, ada yang menjadi kasir, bongkar barang kalau datang, foto produk, *review* produk dan meupload ke sosial media. Jadi pembagian kerjanya sesuai dengan keinginan mereka, jadi gak ambil ribet mereka. Alhamdulillah karyawan di toko ini enggak keluar masuk, lama-lama sudah kerjanya. Jadi biasanya kita nambah aja karyawannya, bukan nambah buat cari pengganti, tapi karena memang perlu.”<sup>106</sup>

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa awalnya toko ini bernama toko serba 50 ribu. Kemudian makin hari makin kesini banyak lihat toko yang hampir mirip namanya baik dalam kota maupun luar kota dan banyak juga yang bilang itu cabang dari toko ini. Akhirnya toko ini mengalah mengganti papan nama menjadi Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Toko ini awal didirikan di Sampit pada bulan April 2016, kemudian membuka cabang di Jalan Ir. H. Juanda pada bulan Januari 2018. Pada awal membuka usaha toko ini hanya memiliki 2 karyawan, setelah berkembang maka toko ini menambah jumlah karyawan menjadi 12 orang dengan pembagian tugas kerja setiap hari berbeda-beda. Strategi

---

<sup>106</sup>Wawancara dengan NS di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 15 Juni pukul 13. 50 WIB.

pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara mempromosikan barang jualan lewat Aplikasi Tiktok dan memaksimalkan penggunaan sosial untuk mempromosikan produk yang dijual.

Berdasarkan observasi yang diamati oleh peneliti bahwa, Toko Serba Harga Murah Sampit benar-benar ramai dikalangan anak muda karena mereka melihat barang dari promosi yang ditawarkan lewat Aplikasi Tiktok, dan setiap 1 bulan sekali mereka mengadakan acara giveaway dan hadiah kupon dan melakukannya secara online dengan live di Tiktok dan Instagram untuk menarik para pembeli yang sering berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah, dan bagi-bagi hadiah seperti jilbab, dompet, tas bahkan hadiah utamanya adalah handphone. Karena pada saat itu peneliti langsung datang ketoko untuk melihat suasana yang ada di dalam toko dan sangat ramai dikunjungi oleh anak muda dan para ibu-ibu karena mereka memborong barang dengan cara mendapatkan hadiah dari toko tersebut.

Berdasarkan dokumentasi yang peneliti ambil bahwa Toko Serba Harga Murah benar-benar memanfaatkan Aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran promosi jualan mereka, setiap hari para karyawan toko mereview barang lewat aplikasi Tiktok dengan para model-model nya setelah itu diedit berupa satu video singkat dan di upload di aplikasi Tiktok dan Rells



Instagram. Semenjak mereka menggunakan aplikasi Tiktok toko mereka menjadi sangat ramai dikalangan anak muda, mereka juga sering bagi-bagi hadiah dan melaksanakan giveaway dan juga quiz berhadiah. Setelah diamati toko Baju Serba Harga Murah Sampit hanya ramai di kota sampit saja, viralnya hanya didalam kota dan belum sampai diluar kota. Berikut ini bukti dokumentasi yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit:

b. Karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit



Berikut adalah identitas subjek pertama karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit yang pertama peneliti wawancara :

Nama : MY

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 Tahun

Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat peneliti mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya MY mulai bekerja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, Berikut hasil wawancaranya :

“Saya orang yang paling lama kerja disini, mulai dari awal-awal toko buka sekitar bulan Juni 2016. Awalnya saya di tawarin kerja sama temannya owner toko ini, kemudian karena saya juga tertarik untuk kerja di sini akhirnya saya diterima. Jadi awal-awal buka toko disini masih sepi yaa gak seperti sekarang alhamdulillah sudah ramai seperti sekarang.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang dijual dan harga yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Produk yang kami jual ada baju, tas, sandal, sepatu dan aksesoris lainnya. Semuanya *best seller* dan selalu habis, jadi selalu ada barang baru di toko ini dan model-modelnya selalu *uptodate*. Kami selalu mengutamakan kualitas barang dan harganya pun kami sesuaikan. In syaa Allah harga di toko ini termurah jika dibandingkan dengan toko lain. Bisa di cek sendiri baju yang model atasan gitu di toko lain ga ada yang harganya semurah di toko kami. Kenapa harganya bisa murah karena barang di ambil harga partai, karena kita kalau order sekali banyak. Jadi jangan heran misalkan toko ini selalu ramai orang berbelanja. Alhamdulillah peminatnya juga selalu bertambah dari hari

kehari, bahkan makin hari ditempat kami jadi banyak langganan yang sering mampir untuk membeli ditempat kami untuk dijual kembali di daerah sawitan”<sup>107</sup>

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak MY tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk pembagian kerja disini dibagi jadi shift pagi 3 orang dan shift siang 3 orang dan setiap orang memiliki tugas masing-masing yang berbeda setiap hari tergantung dia ada di team mana. Kalau kasir tetap satu orang aja yaitu orang yang paling lama kerja disini. Pembagian kerjanya ada yang jadi kasir, pramuniaga, bongkar barang dan mempromosikan barang. Jadi yang jadi pramuniaga itu dua orang tugasnya jaga di sebelah pintu masuk sambil mengawasi pelanggan juga kalau misalnya ada yang nanyain size atau pilihan warna. Terus bagian bongkar barang di gudang dua orang jua, jadi di susun sesuai modelnya jadi nanti supaya mudah nyusun keluar untuk di pajang. Terus mempromosikannya kan lewat Aplikasi Tiktok dan instagram, kalau misalnya cuman foto produk baru dan post ke ig cukup satu orang aja, tapi kalau untuk mereview sekaligus ootd kan dua orang, jadi satu orang jadi modelnya, terus satu orang lagi yang ngereview bahan dan pilihan warna lainnya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada mbak MY tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk pelayanan kami pasti mengusahakan memberikan yang terbaik supaya pelanggan senang. Bersikap ramah dan murah senyum dengan pelanggan yang datang. Untuk memberikan citra baik di mata pelanggan, kami selalu berusaha untuk menjaga kepercayaan yang diberikan kepada kami. Seperti memperhatikan produk-produk kami agar tetap terjamin kualitasnya, dan tidak menjadikan bisnis kami ini sebagai ladang keuntungan semata. Karena

---

<sup>107</sup>Wawancara dengan saudari MY di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 18 Juni 2022, pukul 10:15 WIB.

kami juga ingin membangun tali silaturahmi dengan masyarakat supaya mereka tetap percaya kepada kami.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak MY tentang kenapa Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lebih memilih mempromosikan barang jualannya lewat Aplikasi Tiktok dan bagaimana menurut pandangan anda jika dikaitkan dalam Ekonomi Islam. Berikut hasil wawancaranya :

“Menurut saya, Aplikasi Tiktok adalah pilihan aplikasi yang sangat bagus dan sangat bermanfaat dalam memasarkan produk jualan kami, karena di zaman sekarang (*modern*) kaum millennial sangat Up-to-date tentang ootd anak muda, ibu-ibu gaul dan mereka banyak melihat contoh dari video Aplikasi Tiktok, maka dari itu toko kami memilih Aplikasi Tiktok sebagai pangsa pasar jualan produk kami. Terkadang, kami juga men share video jualan kami lewat Rells Instagram dan langsung terhubung ke Aplikasi Tiktok. Jika dikaitkan dalam Ekonomi Islam, selagi sesuai dengan hukum Syariah, dan kami juga menjual barang yang halal dan video konten kami tidak berbau negative, menurut saya sah-sah saja, dan para karyawan disini jika ingin memasarkan produk juga menggunakan baju yang sangat sopan tidak terlalu terbuka sama sekali dan dikhususkan hanya untuk mempromosikan barang hasil jualan kami. Selagi tidak melanggar hukum Syariah, menurut saya aman-aman saja, dan banyaknya orang yang menggemari aplikasi Tiktok, sehingga bisa menjadi peluang yang besar untuk menggunakan media sosial tersebut sebagai media promosi, dan bisa diambil positifnya lalu tinggalkan yang negative nya.”<sup>108</sup>

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa MY adalah karyawan yang paling lama bekerja mulai dari bulan Juli 2016. Kemudian untuk produk yang dijual semua *best seller* dan selalu mengutamakan kualitas barang walaupun harga

---

<sup>108</sup>Wawancara dengan saudari MY di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 18 Juni 2022, pukul 10:50 WIB.

yang ditawarkan murah. Lokasi toko strategis dan media promosi melalui Aplikasi Tiktok dan Instagram, kemudian setiap karyawan telah memiliki pembagian kerja masing-masing dan selalu memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Bahkan, Aplikasi Tiktok adalah pilihan aplikasi yang sangat bagus dan sangat bermanfaat dalam memasarkan produk jualan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit.

Berikut adalah identitas subjek kedua karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit yang penulis wawancara :

Nama : AM

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 21 Tahun

Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya mbak AM mulai bekerja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Kalau di hitung-hitung saya sudah mulai kerja di toko ini dari bulan september 2017, jadi habis toko buka bulan april terus saya di kasih tahu sama teman saya sekolah kalau di toko ini memerlukan karyawan terus saya daftar dan diterima kerja disini. Jadi kurang lebih sudah hampir 4 tahun”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan dengan Mbak AM terkait dengan produk yang di jual dan harga yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :



“Produk yang dijual bisa dilihat mulai dari baju atasan, rok, celana, tunik, jilbab, tas, sepatu dengan model yang trendy dan kekinian. Jadi setiap hari selalu ada barang datang baru di toko, terus kalau kita sudah selesai bongkar barang terus kita foto baru kita pajang di toko. Terus kalau sudah di pajang berarti sudah bisa di beli. Kalau di toko ini kan enggak melayani *keep* barang jadi siapa cepat dia yang dapat. Jadi harus gercep kalau gak mau kehabisan koleksi terbaru dari toko kita. Untuk produk kami juga menyesuaikan sama musim, jadi misalnya kaya sekarang bulan ramadhan jadi barang-barang di toko banyak kaya gamis-gamis, tunik yang bisa dijadikan salah satu referensi buat baju lebaran. Kalau harga yang kami tawarkan in syaa Allah terjangkau dengan kualitas yang baguslah. Harga yang dijual di toko ini mulai dari 10 ribu itu kaya sandal jepit sampai dengan 80 ribu itu kaya baju-baju gamis atau tunik. Sebenarnya ada sih harga yang lebih dari 80ribu tapi yang mayoritas dijual maksimal 80ribu. Mungkin Cuma beberapa aja yang dijual diatas 80 ribu.”<sup>109</sup>

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AM tentang pembagian kerja setiap karyawan dan keunggulan pelayanan yang diberikan di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Pembagian kerjanya sudah di bagi setiap harinya jadi setiap orang sudah punya tugas dan tanggung jawab masing-masing. Ada yang bagian kasir, bongkar dan upload barang, *review ootd*, menyusun barang dan membantu pelanggan kalau misalnya ada yang nanya tentang stock dan pilihan warna. Kalau keunggulan sudah pasti kami selalu berusaha memberikan yang terbaik buat pelanggan. Murah senyum dan ramah itu salah satu pelayanan yang kami berikan. Terus baru-baru ini jadi setiap karyawan sudah di beri tanda pengenalan atau *name tag* warna kuning sama kaya spanduk toko, jadi pelanggan enggak usah bingung lagi bedain mana pelanggan dan karyawan karena setiap karyawan pasti memakai name tag itu waktu jam kerja, dan di toko kami juga dilengkapi cctv untuk menjaga keamanan di dalam toko kami.”

---

<sup>109</sup>Wawancara dengan saudari AM di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 18 Juni 2022, pukul 11:00 WIB.

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AM tentang kondisi atau suasana yang di berikan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya:

“Kondisi toko nyaman aja, ada AC dan tambahan kipas angin. Mungkin masalah luas tokonya memang kurang kalau pas lagi ramai banget. Tempat parkir motor juga kurang luas karena memang teras toko juga terlalu kecil. Tapi enggak mengurangi antusias pelanggan buat belanja, rencana kedepannya toko ini mau direnovasi habis lebaran, kan toko sebelah kosong jadi nanti mau di jebol supaya tambah luas dan pelanggan tambah nyaman kalau lagi belanja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AM tentang kenapa Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lebih memilih mempromosikan barang jualannya lewat Aplikasi Tiktok dan bagaimana menurut pandangan anda jika dikaitkan dalam Ekonomi Islam. Berikut hasil wawancaranya:

“Kenapa kami sangat mendominasi Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jualan kami, karena Aplikasi ini sedang viral-viralnya di gunakan oleh kaum millennial anak muda untuk tips-tips gaya berpakaian *OOTD* zaman sekarang dan paling banyak diminati oleh para anak muda. makanya toko kami sedang ramai didatangi oleh para pembeli karena mereka sebagian melihat hasil video promosi kami di Akun Tiktok Toko Serba Harga Murah Sampit. Jika dikaitkan dalam Ekonomi Islam, jual beli online lewat Aplikasi Tiktok ini (*online*) selagi tidak ada unsur riba di dalamnya maka proses pemasarannya sah-sah saja dan adanya kesepakatan perjanjian antar penjual dan pembeli bisa mengembalikannya.”<sup>110</sup>

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa AM mulai bekerja di toko sejak bulan September 2017.

---

<sup>110</sup>Wawancara dengan saudari MY di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 18 Juni 2022, pukul 11:15 WIB.



Kemudian untuk produk yang dijual musiman mengikuti trend dan selalu harga yang ditawarkan terjangkau. dan media promosi melalui Aplikasi Tiktok dan instagram, kemudian setiap karyawan telah memiliki pembagian kerja masing-masing dan selalu memberikan pelayanan yang ramah dan murah senyum kepada pelanggan.

Berikut adalah identitas subjek ketiga karyawan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit yang pertama penulis wawancara :

Nama : PM  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Umur : 21 Tahun  
Jabatan : Karyawan

Berikut hasil wawancara yang di dapat penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya Mbak PM mulai bekerja di Toko Baju Serba Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Saya bekerja disini baru 6 bulan, baru aja beberapa bulan lalu. Dan syaratnya buat kerja disini tu yang penting jujur, ramah sama pelanggan dan harus berhijab. Awalnya lihat ada lowongan kerja di toko ini lewat sosial media terus saya penuhi persyaratannya kemudian di interview sama ownernya dan diterima kerja sampai sekarang.”

Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan produk yang di jual dan harga yang ada di Toko Baju Serba Murah Sampit. Penuturan Mbak PM sebagai berikut :

“Banyak pembeli yang saya layani puas dengan produk dan barang yang dijual di toko kami, karna tidak hanya kualitas yang bagus tetapi harganya pun tidak mahal, harganya

masih bisa diatasi kantong masyarakat menengah ke bawah, tetapi bisa menikmati barang dengan kualitas bagus. Walaupun harga murah tapi kualitasnya tidak murahan seperti baju-baju yang di obral di pasaran. Barang yang kami jual juga dijamin barang baru bukan barang bekas atau *second* jadi jangan terlalu khawatir.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak PM tentang pembagian kerja setiap karyawan di Toko Baju Serba Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Masalah pembagian kerja itu di bagi dua shift. Kalau shift pagi itu 3 orang aja terus shift siang itu 3 orang juga. Salah satu karyawan disini kan ada yang tinggal di toko yaa jadi yang tugas shift pagi itu pasti yang tinggal di toko jadi dia yang buka dan beres-beres tokonya. Terus yang lain masuk shift siang. Tapi kalau tinggal di toko ini di sediakan kendaraan sama ownernya, kalau yang gak tinggal di toko pakai kendaraan pribadi aja.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak PM tentang keunggulan pelayanan yang diberikan oleh Toko Baju Serba Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Salah satu keunggulan pelayanan yang kami berikan adalah menyediakan barang sesuai dengan trend atau model terbaru. Jadi gak perlu takut ketinggalan jaman. Pembeli tetap bisa mengikuti model pakaian terbaru dengan harga yang terjangkau tanpa menguras kantong para pembeli. Kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan selalu memberikan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.”<sup>111</sup>

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak PM tentang kenapa Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lebih memilih mempromosikan barang jualannya lewat Aplikasi Tiktok dan

---

<sup>111</sup>Wawancara dengan saudari PM di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 18 Juni 2022, pukul 11:30 WIB.

bagaimana menurut pandangan anda jika dikaitkan dalam Ekonomi Islam. Berikut hasil wawancaranya:

“Karena sekarang lagi viral-viralnya Aplikasi Tiktok dalam dunia per outfitan bagi kaum millennial. Maka dari itu toko kami mempromosikan barang jualan lewat Aplikasi Tiktok dan Instagram. Semenjak ada Aplikasi Tiktok toko serba kami menjadi lebih ramai didatangi para pelanggan, Jika dikaitkan dalam Ekonomi Islam, penjualan kami juga merujuk dalam sistem Syariah karena kami menjual barang yang halal saja dan adanya penjual dan pembeli bahkan kami tidak melakukan transaksi secara riba. Bahkan Aplikasi Tiktok bisa sebagai acuan untuk mencari rezeki jika dikaitkan dengan bisnis dan membuat konten secara positif.”<sup>112</sup>

Berdasarkan dari wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa perekrutan karyawan di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit harus memiliki ijazah SMA, belum menikah dan siap di tugaskan di cabang. Syarat lainnya mengutamakan pada keterampilan, kedisiplinan, keuletan dan kejujuran dalam bekerja. Perekrutan karyawan-karyawan biasanya hanya berawal dari dikenalkan keluarga atau diajak teman yang lebih dahulu bekerja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Untuk pembagian pekerjaannya dibagi dua shift. Shift pertama jam 09.00 – 15.00 kemudian shift kedua jam 15.00-21.00. Kemudian untuk produk yang dijual diantaranya baju, tas, sandal, sepatu, jam tangan, dompet, gamis-gamis, rok dan keperluan wanita lainnya. Untuk produk yang diminati tidak menentu karena disesuaikan dengan

---

<sup>112</sup>Wawancara dengan saudari PM di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 18 Juni 2022, pukul 11.30 WIB.

produk yang paling baru datang maka produk itu yang di beli langsung oleh pelanggan.

Berdasarkan observasi yang diamati oleh peneliti bahwa Toko Baju Serba Harga Murah memang menjual produk barang sesuai *best seller* dan selalu mengutamakan kualitas barang walaupun harga yang ditawarkan sangat murah. Lokasi toko nya sesuai strategis dekat dengan pasar rakyat dan dipinggir jalan, kemudian setiap karyawan telah memiliki pembagian kerja masing-masing ada yang shif pagi dan ada yang shif malam, para karyawan selalu memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Namun kekurangan yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah adalah selalu kekurangan stock barang. Jadi konsep jualan yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah dengan cara siapa cepat dia dapat dan barang yang akan datang juga harus menunggu sampai 3 minggu..

Berdasarkan dokumentasi yang peneliti ambil bahwa Toko Serba Harga Murah menggunakan Aplikasi Tiktok sebagai pilihan aplikasi yang sangat bagus dan sangat bermanfaat dalam memasarkan produk jualan Toko Baju Serba Harga Murah, karena di zaman sekarang (*modern*) kaum millennial sangat Up-to-date tentang ootd anak muda, ibu-ibu gaul dan mereka juga banyak melihat contoh dari video yang di upload. Bahkan toko Baju Serba Harga Murah sering melaksanakan bagi-bagi

sedekah di hari jumat, bahkan juga pernah menyumbangkan beberapa sembako untuk para korban yang pernah terkena bencana banjir di daerah Kalimantan. Berikut ini bukti dokumentasi yang ada di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit:



elanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit

Berikut adalah identitas subjek pertama pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit yang pertama penulis wawancara :

:

Nama : AF

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 Tahun



Pekerjaan : Mahasiswi

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Mbak AF pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit terkait tentang apa yang membuat Mbak AF tertarik berbelanja di Toko Serba Harga Murah Sampit. Penuturan AF sebagai berikut :

“Saya tertarik karena saya menyukai model-model baju yang sangat kekinian bukan hanya itu saja, menurut saya untuk kualitas yang standar dan cukup nyaman di pakai serta model yang modern dengan harga yang cukup di kantong itu sudah sangat worth it sih untuk mahasiswi seperti saya”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF bagaimana pendapat Mbak AF tentang Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi barang jualan di Toko Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Pendapat saya sih malah lebih bagus yahh, karena di Aplikasi Tiktok toko ini bisa mendapatkan customer yang lebih luas lagi, bukan hanya masyarakat sampit saja, mungkin saja toko ini akan mendapatkan customer dari luar Kalimantan karena mereka juga pasti akan tertarik dengan produk ini yang sangat-sangat memuaskan dan murah meriah.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF, apakah barang yang di posting ke Aplikasi Tiktok sama bagusnya dengan kualitas barang yang ada di Tiktok. Berikut hasil wawancaranya :

“Menurut saya realpict yaa, karena saya sudah pernah melihat sendiri proses mereka memotret produk tersebut untuk di promosikan ke Aplikasi Tiktok dan di postingan dengan yang ada di toko itu tidak pernah mengecewakan.”<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup>Wawancara dengan Saudari AF di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 20 Juni 2022 pukul 10:00 WIB

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF, apa kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit semenjak mempromosikan barang jualannya lewat Aplikasi Tiktok. Berikut hasil wawancaranya :

“Kelebihan produk yang di tawarkan adalah mereka menyediakan yang sangat banyak model-model pakaian zaman sekarang yang sudah memasuki era modern dan menurut saya cukup lengkap service nya juga sangat ramah dan memuaskan nah untuk kekurangannya saya belum pernah mendapatkan apa kurangnya dari toko ini karena setiap belanjanya saya memberi nilai tinggi.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF, bagaimana harga yang ditawarkan di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Untuk harga yang ditawarkan itu sangat pas untuk produk yang kualitasnya tidak bisa diragukan untuk kalangan pelajar juga sangat pas.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF, bagaimana kondisi suasana ketika berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Suasana di Toko ini juga sangat ramai banyak pembeli lain juga, bahkan saya pernah melihat ada seseorang sampai memborong produk dari Toko ini.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF, bagaimana kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :



“Kinerja karyawan juga sangat bagus pelayanannya baik dan memuaskan juga.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak AF, bagaimana menurut Mbak AF tentang strategi promosi jual beli online yang dilakukan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lewat Aplikasi Tiktok jika ditinjau dari segi Ekonomi Islam :

“Menurut saya, jika ditinjau dalam Ekonomi Islam selagi penjualannya sesuai dengan syariat Islam, penjualannya akan baik-baik saja dan selagi tidak menyimpang dari hukum Syariah.”

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa Mbak AF sudah sejak dulu tertarik berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit dan kualitas barangnya sangat bagus. Kemudian untuk produk yang dijual musiman mengikuti trend dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau. Pelayanan karyawannya juga sangat baik. Kelebihan produk yang di tawarkan mereka menyediakan model-model pakaian zaman sekarang yang sudah memasuki era modern.

Berikut adalah identitas subjek kedua pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. yang pertama penulis wawancara :

Nama : IE

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 23 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Mbak IE pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit terkait tentang

apa yang membuat Mbak IE tertarik berbelanja di Toko Serba Harga Murah Sampit. Penuturan IE sebagai berikut :

“Kondisi toko yang baik tidak terlalu luas dan tidak terlalu sempit. Harga yang mudah dijangkau dan cara tampilan produk yang dipajang di toko menarik memanjakan pandangan konsumen yang datang.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak IE bagaimana pendapat Mbak IE tentang Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi barang jualan di Toko Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Pemanfaatan yang bagus dan kreatif karena menyesuaikan perkembangan zaman sekarang yang dominannya sasaran produk yang dijual yaitu anak muda yaitu para pengguna Aplikasi Tiktok.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak IE, apakah barang yang di posting ke Aplikasi Tiktok sama bagusya dengan kualitas barang yang ada di Tiktok. Berikut hasil wawancaranya :

“Hampir 90% hanya saja kadang ada warna yang berbeda karena bergantung pada pencahayaan kamera yang digunakannya.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak IE, apa kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit semenjak mempromosikan barang jualannya lewat Aplikasi Tiktok. Berikut hasil wawancaranya :

“Kelebihannya produk menyesuaikan perkembangan zaman harga yang mudah dijangkau bagi semua kalangan dan produk yang dijual juga menyesuaikan situasi sekarang misalnya saat lebaran maka akan lebih banyak menjual produk yang sering digunakan saat lebaran. Untuk kekurangannya mungkin pencahayaan produk tiktok

kadang 10% berbeda dengan asli, bahan produk yang kadang dijual tipis.”<sup>114</sup>

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak IE, bagaimana harga yang ditawarkan di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit.

Berikut hasil wawancaranya :

“Murah dan dapat dijangkau semua kalangan, dan banyak barang-barang yang sangat lucu bahkan sangat cantik untuk dipakai anak muda. Harga aman, bahannya juga aman realistis.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak IE, bagaimana kondisi suasana ketika berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya :

“Menyenangkan dan memanjakan mata para konsumen, bahkan suasana didalam toko sangat adem ayem dikarenakan adanya AC bahkan cahaya lampu yang sangat cantik, dan tempat yang sangat bersih untuk didatangi oleh para pelanggan.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak IE, bagaimana menurut Mbak IE tentang strategi promosi jual beli online yang dilakukan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lewat Aplikasi Tiktok jika ditinjau dari segi Ekonomi Islam :

“Sah-sah saja, kan Aplikasi Tiktok untuk promosinya saja. Transaksinya dominan nya langsung paling sebagians aja yang online karena konsumen jauh. Kalo penggunaan Aplikasi Tiktok buat media promosi kalua dikaitkan dengan ekonomi islam tergantung individunya memaknainya. Sejauh ini bagiku baik aja karena penggunaannya positif. Tapi ada juga yang menganggap music haram sedangkan tiktok pasti memasukkan music jadi menganggap hal ini sudah kurang baik (haram).”

---

<sup>114</sup>Wawancara dengan Saudari IE di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 21 Juni 2022 pukul 09:00 WIB

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa Mbak IE tertarik berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit karena kondisi toko yang sangat baik dan barang yang dipajang cukup menarik. Kelebihan produk yang di tawarkan mereka menyesuaikan perkembangan zaman dan harga yang mudah dijangkau, namun kekurangannya karena keadaan pencahayaan produk yang di Tiktok kadang 10% berbeda dengan yang asli. Tetapi, pelayanan yang diberikan oleh Toko Baju Serba Harga Murah sudah cukup baik.

Berikut adalah identitas subjek ketiga pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut subjek ketiga yang penulis wawancara :

Nama : SB

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 28 Tahun

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Mbak SB pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit terkait tentang apa yang membuat Mbak SB tertarik berbelanja di Toko Serba Harga Murah Sampit. Penuturan SB sebagai berikut :

“ Karena harga yang murah dan masih terjangkau dikarenakan sesuai dengan isi dompet,dan sangat memanjakan mata, bahkan banyak barang baru yang sangat cantik. ”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak SB bagaimana pendapat Mbak SB tentang Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai

Media Promosi barang jualan di Toko Serba Harga Murah Sampit.

Berikut hasil wawancaranya :

“Menurut saya, sebagai cara branding toko dan barang nya agar lebih dikenal masyarakat banyak bukan cuma di sampit.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak SB, apakah barang yang di posting ke Aplikasi Tiktok sama bagusnya dengan kualitas barang yang ada di Tiktok. Berikut hasil wawancaranya :

“Sama saja, dan lumayan okelah, harganya terjangkau sesuai dengan isi dompet, dan bahan nya masih tergolong bagus dan lumayan bagus untuk dipakai sehari-hari.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak SB, apa kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit semenjak mempromosikan barang jualan nya lewat Aplikasi Tiktok. Berikut hasil wawancaranya :

“ Kelebihannya proses branding yang cepat untuk orang-orang atau masyarakat tau tentang produk yang ditawarkan tanpa harus datang langsung ke tokonya karena biasanya sudah dijelaskan detail produk dan harganya. Sedangkan untuk kekurangan menurut saya tidak ada.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak SB, bagaimana harga yang ditawarkan di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit.

Berikut hasil wawancaranya :

“ Harganya lumayan terjangkau sampai harga yang lumayan mahal tergantung kualitas produknya itu sendiri, bahkan barang yang ditawarkan juga sangat bagus dan tidak merugikan pihak pembeli.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak SB, bagaimana kondisi suasana ketika berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit. Berikut hasil wawancaranya

“Ramai, bagus, bersih dan pelayanan baik, saya sangat suka suasanya dikarenakan tokonya cantik, terang pencahayaan dn sangat luas, jadi jika ingin melihat barang, lebih leluasa dan sangat santai.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Mbak SB, bagaimana menurut Mbak SB tentang strategi promosi jual beli online yang dilakukan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lewat Aplikasi Tiktok jika ditinjau dari segi Ekonomi Islam :

“Sah-sah saja selama tidak bertentangan dengan point-point penting agama, berjualan secara aman dan tidak menimbulkan hal-hal yang negatif.”<sup>115</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas, diketahui bahwa hasil promosi penjualan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit lewat Aplikasi Tiktok menjual produk yang *up to date* mengikuti perkembangan musim dengan harga yang terjangkau. Lokasi yang dipilih juga strategis dan sangat efektif dalam memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk yang dijual. Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan kondisi toko yang memadai untuk pelanggan yang datang sedangkan karyawannya lumayan cukup

---

<sup>115</sup>Wawancara dengan Saudari SB di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit, 20 Juni 2022 pukul 11:00 WIB



banyak. Serta banyak para pembeli yang sangat suka berbelanja di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit.

Berdasarkan observasi yang diamati oleh peneliti bahwa Toko Serba Harga Murah memiliki kelebihan proses branding yang cepat untuk orang-orang atau masyarakat tentang produk yang ditawarkan tanpa harus datang langsung ke tokonya karena biasanya sudah dijelaskan detail produk dan harganya lewat Aplikasi Tiktok. Barang yang dijual dan dipajang cukup menarik. Kelebihan produk yang di tawarkan mereka menyesuaikan perkembangan zaman dan harga yang mudah dijangkau, namun kekurangannya ada di bahan kain yang masih tipis dan masih ada barang yang mengalami kerusakan seperti robek, kotor dan lain sebagainya. Dan sebagian bahan kain juga masih ada yang sangat bagus dan tidak merugikan para pembeli. Menurut peneliti viralnya Toko ini hanya dikalangan anak muda dan di dalam kota sampit saja.



Berdasarkan dokumentasi yang peneliti ambil bahwa Kondisi toko yang tidak terlalu luas dan tidak terlalu sempit. Harga yang ditawarkan mudah dijangkau dan cara tampilan produk yang dipajang di toko menarik dan memanjakan pandangan konsumen yang datang, di sekitar toko terdapat pajangan foto-foto para model dengan style *OOTD* yang sangat unik, untuk menarik para pembeli. Untuk kekurangannya ada di bahan produk yang kadang dijual tipis, dan stock barang yang kadang cepat habis dan cepat kosong. Berikut ini bukti dokumentasi yang ada di Toko Baju Serba Harga M



ampit:

### C. Analisis Data

Pemanfaatan Aplikasi Tiktok dalam memasarkan Jual Beli Online di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit akan peneliti uraikan dalam sub bab ini. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi 2 kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu:

*pertama*, strategi pemasaran dalam pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media jual beli online di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit dan pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran dalam jual beli online menurut Ekonomi Islam.

## **1. Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online Di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Baju Serba Harga Murah Sampit ditinjau dari beberapa aspek strategi bauran pemasaran yaitu, *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* yang akan di jelaskan sebagai berikut.

### **a. Produk (*Product*)**

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar guna mendapatkan perhatian untuk dimiliki, digunakan, dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan. Suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa, dan keinginan lain untuk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan. Dalam toko baju serba harga murah Sampit ini lebih menjual pakaian wanita (*fashion*) karena perkembangan *fashion* mengikuti perkembangan zaman dan selalu *update*. Toko baju serba harga murah Sampit menjual beberapa produk seperti baju, tunik,

rok, celana, gamis, tas, jilbab, selimut dengan harga terjangkau dan kualitas baik yang tidak perlu diragukan lagi. Ukuran dalam produk ini hanya memiliki satu ukuran saja yaitu *all size* dengan jumlah *stock* yang terbatas. Toko baju serba harga murah Sampit juga membuat ciri khas lain dengan menyamaratakan harga yang dijual dengan harga yang sama 50ribu, tetapi semakin berkembangnya toko ini harga yang dijual tidak lagi sama tetapi beragam sesuai dengan kualitasnya. Ciri khas ini yang membuat toko baju serba harga murah Sampit berbeda dengan toko lain, dan produk pakaian ditoko ini selalu laris di serbu pembeli dan mereka mempromosikan barang jualannya ke Aplikasi Tiktok. Dengan ciri khas ini lah yang dapat meningkatkan penjualan produk pakaian yang ada di toko baju serba harga murah Sampit.

**b. Harga (*Price*)**

Harga yaitu sejumlah uang yang diberikan sebagai nilai produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam menentukan suatu harga produk, perlu adanya pertimbangan seperti daya beli konsumen. Toko Serba Harga Murah menawarkan produk dengan harga yang sangat terjangkau. Harga produk yang ditawarkan kepada konsumen berkisar Rp. 10.000 – Rp.100.000. Toko serba harga murah juga

memberikan pembayaran yang cepat dan mudah kepada konsumen. Setelah konsumen memilih produk yang akan dibeli, kasir akan langsung menghitung total pembelian dan menyusun produk ke dalam plastik sesuai dengan jumlah produk yang dibeli oleh konsumen disertai dengan struk pembelian. Menurut tanggapan konsumen, toko serba harga murah memberikan harga yang sangat terjangkau dan memberikan pelayanan yang baik dan cepat dalam proses pembayaran.

Konsumen toko serba harga murah mendapatkan potongan harga dalam jumlah tertentu yaitu dengan minimal belanja sebesar Rp.500.000 selain pakaian maka akan mendapat potongan harga Rp.3000/pcs. Potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu dapat diterapkan oleh toko serba harga murah sebagai bagian dari kegiatan promosi agar konsumen tertarik untuk membeli produk dalam jumlah tertentu.

**c. Tempat (*Place*)**

Kemudahan dalam berbelanja juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen saat ini. Dimana konsumen mencari tempat belanja yang terjangkau baik dari segi harga maupun tempat dengan produk yang berkualitas. Produk yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan akan lebih berguna bagi konsumen apabila produk tersebut tersedia pada tempat dan

dimana saja dibutuhkan. Toko baju Serba Harga Murah terletak di jalan Juanda yaitu daerah Ketapang lokasi ini termasuk strategis karena terletak di dekat salah satu jalan yang sangat ramai dilewati oleh masyarakat setempat, dan sangat banyak toko-toko yang menjual cemilan di jalan tersebut sehingga arus lalu lintas mendukung bukti untuk disinggahi.

Toko baju serba harga murah Sampit merupakan Toko utama yang berada di Kotawaringin Timur Sampit. Kemudian setelah berhasil membuka cabang pertama di jalan ketapi 7 dan mendapat respon positif dari pelanggan, toko ini kembali membuka cabang di dekat gang keluarga sebagai cabang kedua untuk mempermudah para pelanggan berbelanja dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang sangat baik.

#### **d. Promosi (Promotion)**

Promosi merupakan suatu usaha perusahaan atau individu memberikan informasi dan mempengaruhi serta menarik konsumen secara langsung terhadap produk yang dihasilkan. Toko Baju Serba Harga Murah Sampit menggunakan promosi dengan memanfaatkan Aplikasi Tiktok untuk memasarkan produk dan juga memanfaatkan media sosmed lainnya seperti Instagram dan shoope. Toko Baju Serba Harga Murah Sampit juga melayani pengiriman barang keluar kota dengan pembayaran COD (*Cash on Delivery*) jadi

pembeli membayar ongkir di kota tujuan dan hal tersebut sangat memudahkan jika kita ingin berbelanja bahkan dengan adanya Aplikasi Tiktok bisa memudahkan para pelanggan melihat review barang yang sudah dipromosikan lewat Aplikasi Tiktok.

**e. Orang (People)**

Membagi karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki agar kesesuaian atau kelancaran alur kerja dapat berjalan dengan baik. Melakukan pelatihan dan pengembangan kinerja karyawan juga perlu dilakukan agar menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Agar pembagian kerja dapat dilakukan secara efektif maka setiap karyawan memiliki tugas dan kewajiban masing-masing. Hal ini sudah diterapkan di toko serba harga murah Sampit dengan membagi setiap karyawan pada keahliannya masing-masing. Setiap karyawan ada yang bertugas menjadi kasir, pramuniaga, model dan marketing. Pembagian kerjanya dibagi sesuai dengan tim dalam shift kerja, pada shift pagi sebanyak 3 orang dan shift siang sebanyak 3 orang.

**f. Proses (Process)**

Karyawan dari toko baju Serba Harga Sampit dituntut untuk selalu ramah, sopan, rapi dan mampu bekerja sesuai dengan tugas yang telah dibagi sehingga dapat memberikan



kenyamanan kepada pelanggan. Karyawan yang ramah, sopan dan rapi sangat diperlukan dalam dalam melayani pelanggan, karena karyawan dapat secara langsung mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali. Hal lain yang dilakukan karyawan toko baju Serba Harga Murah Sampit harus mengetahui ketersediaan produk, harga produk dan juga hal lainnya yang berhubungan dengan produk. Selain itu ketelitian dalam melayani pelanggan juga sangat dituntut kepada karyawan toko baju serba harga murah Sampit dan mereka juga harus selalu siap menanggapi segala keluhan konsumen yang ada. Selain itu karyawan juga selalu dituntut untuk berusaha berbaur dengan pelanggan dengan tujuan agar terjalin keakraban antara penjual dan pembeli dan agar pelanggan bisa memberikan persepsi yang baik kepada pelanggan yang lain.

**g. Bukti Fisik**

Strategi bauran pemasaran aspek *physical evidence* / lingkungan fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha dan lingkungan sekitar toko. Sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan bagaimana sebuah toko menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Toko serba harga murah Sampit telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli



dan memilih produk langsung di toko Toko serba harga murah Sampit dengan menyediakan produk beserta nama dan harga produk. Tampilan Toko serba harga murah Sampit juga tertata dengan rapi dan menarik dengan warna dinding putih membuat ruangan tampak lebih segar. Tetapi karena produk yang dijual sangat banyak ditambah dengan pelanggan yang berbelanja selalu ramai terkadang pelanggan merasa kurang leluasa untuk memilih produk karena harus desak-desakan. Kemudian Toko serba harga murah Sampit di lengkapi dengan kamera *CCTV* yang berada di dalam dan parkir. Toko serba harga murah Sampit juga dilengkapi dengan pendingin ruangan (*AC*) ditambah dengan kipas angin yang membuat konsumen lebih nyaman berada di Toko serba harga murah Sampit. Untuk penjelasan mengenai Strategi Pemasaran Dalam Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Jual Beli Online Di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**

**Tabel hasil Strategi Pemasaran Dalam Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Jual Beli Online Di Toko Baju Serba Harga Murah Sampit**

<b>Analisis</b>	<b>Hasil Serba Harga Murah</b>
<b>Produk</b>	Lebih lengkap dan selalu ready stock (Baju,tunik,rok,celana,jilbab dll)

<b>Harga</b>	10 ribu - 100 ribu
<b>Tempat</b>	Jl. Juanda dan Ketapi 7 (cabang)
<b>Promosi</b>	Melalui media social Aplikasi Tiktok, kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk
<b>Orang</b>	12 Karyawan
<b>Proses</b>	Ramah dan tanggap dalam melayani pelanggan, namun beberapa ada yang cuek dan kurang ramah.
<b>Bukti Fisik</b>	Terbatasnya lahan, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar, tetapi fasilitas tetap memadai

Sumber: Dibuat oleh peneliti

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam 7 aspek bauran pemasaran (7P) memiliki strategi pemasaran mengenai harga yang ditawarkan dan pemilihan lokasi yang terdapat di jalan Juanda dan cabangnya di jalan ketapi 7. Kelengkapan produk yang dijual, promosi yang digunakan, pelayanan, karyawan yang berkompeten dan fasilitas yang memadai.

## **2. Strategi Pemasaran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online yang diterapkan oleh Toko Baju Harga Murah Sampit ditinjau dari segi Ekonomi Islam dan beberapa aspek strategi bauran pemasaran

yaitu, *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* yang akan di jelaskan sebagai berikut.

**a. Produk (*Product*)**

Strategi bauran pemasaran pada aspek produk merupakan segala sesuatu yang dipersiapkan untuk menyediakan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan, toko baju serba harga murah menjual produk yang berkualitas dan sesuai dengan perkembangan zaman dan model fashion. Produk yang dijual mulai dari lokal ataupun import seperti tas, blouse, sandal, sepatu, gamis dan lain-lain. Beberapa produk ada yang dijual hanya pada saat musiman, seperti jilbab dan baju gamis hanya ada ketika mendekati bulan Ramadhan dan lebaran, sementara produk lain selalu *ready stock* di toko dan selalu di review di Aplikasi Tiktok. Pada ekonomi Islam, produksi juga merupakan bagian terpenting dari aktivitas ekonomi bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu dari rukun ekonomi disamping konsumsi, distribusi, infak, zakat, nafkah dan sedekah. Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa kemudian manfaatnya dirasakan oleh konsumen. Produksi dalam perspektif Islam bukan hanya berorientasi untuk memperoleh

keuntungan yang sebanyak-banyaknya namun yang paling utama adalah kemaslahatan individu dan masyarakat secara berimbang. Dalam Al-Qur'an surat Al-Hadid ayat 7, Allah berfirman :

أَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا  
مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ  
أَمِنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ  
كَبِيرٌ

Artinya: Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari harta yang Dia telah menjadikan kamu sebagai penguasanya (amanah). Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang besar.<sup>116</sup>

Ayat di atas menguraikan konsekuensi dari hal yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai penciptaan dan kuasa Allah dengan menyatakan : Berimanlah kamu semua kepada Allah dan Rasul yang diutus-Nya dalam menyampaikan tuntunanNya dan nafkahkanlah sebagian dari apa yakni harta apapun yang Dia yakni Allah titipkan kepada kamu dan telah menjadikan kamu berwenang dalam penggunaan-nya selama kamu masih hidup. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan berinfaq walau sekadar apapun, selama sesuai dengan tuntunan Allah, bagi mereka pahala yang besar.

---

<sup>116</sup>M. QuraishShihab, Tafsir Al-Misbah, (Jakarta : Lentera Hati, 2002), Vol. 14, h. 15

## b. Harga (*Price*)

Berdasarkan dari hasil penelitian, harga barang yang ditetapkan di toko baju serba harga murah sampit ini tidak terpengaruh dengan patokan harga toko-toko lain, toko ini memiliki patokan harga sendiri yang tidak merugikan atau membuat pelanggan kecewa. Toko serba harga murah sampit menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau bahkan lebih murah dari harga umumnya. Sebagaimana dapat disimak dalam firman Allah Swt, dalam surah Al Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا  
طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا  
تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (QS. Al-Maidah ayat 87)<sup>117</sup>

Penetapan harga yang ada di toko ini sudah di pertimbangkan matang matang oleh pemilik toko. Mereka berani mempertanggung jawabkan harga yang sudah ditetapkan diawal, dengan harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah tapi dengan kualitas yang baik toko tersebut berani bersaing dengan toko yang berskala modern.

---

<sup>117</sup>Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 122.

Potongan harga juga diberikan toko serba harga murah sampit yaitu dengan berbelanja Rp. 500.000 maka akan mendapat potongan harga Rp. 3000/pcs.

### **c. Tempat (*Place*)**

Strategi bauran pemasaran pada aspek place mencakup lokasi usaha dan pendistribusian produk kepada konsumen. Bagi konsumen lokasi usaha yang baik adalah lokasi yang letaknya strategis dan efisien. Hal ini perlu diperhatikan karena lokasi usaha yang strategis memudahkan jangkauan konsumen yang akan membeli produk dan bagi perusahaan dapat memperluas sasaran penjualan.

Toko Baju Serba Harga Murah Sampit terletak di jalan Juanda Letaknya yang berada persis di pinggir jalan besar yang merupakan akses menuju pertengahan kota dan area pasar. Penambahan spanduk dengan warna yang mencolok dan dapat dibaca jelas dari pinggir jalan memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi tersebut. Dalam pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen, hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap pelayanan barang keluar kota (*online*) yang diterapkan oleh toko baju serba harga murah Sampit.

#### d. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi perlu dilakukan oleh setiap industri untuk menginformasikan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar produk dikenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta oleh konsumen. Toko serba harga murah dalam memasarkan produk menggunakan sosial media salah satunya menggunakan Aplikasi Tiktok dalam kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan. Dalam perkembangan zaman sekarang ini sosial media sangat berpengaruh besar dalam kegiatan promosi karena memudahkan dan menghemat biaya. Tetapi di dalam memasarkan produk harus disesuaikan dengan kondisi real dari barang yang dijual dan tidak boleh menipu. Karena jual beli apapun yang mengandung unsur penipuan dan pengelabuan termasuk ke dalam memakan harta dengan cara yang bathil. Sebagaimana dalam QS. An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

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

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang



berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa ayat 29).<sup>118</sup>

Aspek promosi yang diterapkan toko serba harga murah sudah dilakukan dengan benar dan tidak mengandung unsur menipu. Dalam memasarkan produknya juga sangat baik memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dijual dengan memberikan informasi kepada pelanggan ketika datang barang baru. Para karyawan juga di tekankan untuk membuat review semenarik mungkin agar pelanggan yang melihat tertarik untuk datang berbelanja. Toko ini juga mengadakan promosi seperti *giveaway* setiap bulan berupa voucher belanja ratusan ribu dan hadiah menarik lainnya. Selain *giveaway* promosi lain yang dilakukan adalah memberikan hadiah gratis kepada pelanggan cukup dengan antri yang tertib selama persediaan masih ada. Strategi promosi yang digunakan cukup efektif untuk menarik minat pelanggan untuk berbelanja.

**e. Orang (*People*)**

Elemen *people* ini memiliki dua aspek, yaitu *service people* dan *costumer*. *Service people* dalam penelitian ini adalah para karyawan yang bekerja pada Toko Baju Serba

---

<sup>118</sup>Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, h. 150.

Harga Murah Sampit. bagian karyawan yang ada di toko Serba Harga Murah Sampit ada yang tidak memakai hijab dikarenakan salah satu pegawai yang ada disitu beragama non islam, namun pemilik toko tidak terlalu mempermasalahkannya karena mereka mengutamakan kejujuran dan keseriusan dalam bekerja. Pelanggan menilai apakah para karyawan yang bekerja termasuk tenaga yang berkompeten atau tidak dan hasilnya para karyawan yang bekerja adalah tenaga yang kompeten. Jumlah karyawan yang terdapat pada Toko Baju Serba Harga Murah Sampit adalah 12 orang dengan pembagian kerja pada dua shift, yaitu shift pagi dan siang. Tidak ada pembagian kerja khusus hanya saling tolong menolong saja. *Costumer* merupakan factor lain yang mempengaruhi hubungan baik yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada pelanggan lain, tentang kualitas jasa yang pernah didapatkannya dari perusahaan. Pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan mengurus apa yang diperlukan seseorang. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara

maksimum.<sup>119</sup> Sebagaimana dalam QS. Al-Maidah ayat 2

yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا  
شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا  
الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أُمِّيْنَ  
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّنْ  
رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ  
فَأَصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ  
قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ  
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا  
عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا  
عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا  
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangimu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.<sup>120</sup>

#### f. Proses (*Proces*)

<sup>119</sup>Kasmir, Etika Customer Service, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 81-83

<sup>120</sup>Taisirul karimir Rahman, Tafsir Al-Qurthubi,(Bandung: Dar Ibn Hazm, 2010), h.639

Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Terdapat nilai yang harus dilakukan oleh seorang entrepreneur muslim dalam melakukan kegiatan bisnis. Nilai yang terdapat dalam Alquran menjadi nilai pendorong perilaku entrepreneur, nilai yang terdapat dalam Alquran menjadi falsafah perilaku entrepreneur muslim yang beriman dan bertaqwa, sehingga kegiatan perniagaan, jual beli atau melakukan kegiatan bisnis selalu terarah pada nilai filosofi tersebut. Seperti yang terdapat dalam surah An-Nisa" ayat 29, dimana entrepreneur muslim mengedepankan kemaslahatan (meninggalkan cara yang batil) dan kesepakatan bisnis yang adil (an taraddin minkum) dalam melakukan kegiatan bisnis. Sebagaimana dalam QS. An-Nur ayat 37 yang berbunyi:

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ  
عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَاقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ  
الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ  
الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya: orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari

ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat).

Kegiatan proses yang dilakukan Toko Serba Harga Murah Sampit dalam melayani pelanggan yaitu sebagaimana toko pada umumnya. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, membantu pelanggan apabila ada yang perlu dibantu, memuaskan pelanggan dengan membebaskan pelanggan memilih barang sesuka hati tanpa adanya gangguan, semua itu sangat diperhatikan oleh pihak toko serba harga murah sampit agar semua pelanggan merasa nyaman dan puas karena kepuasan pelanggan merupakan nomor satu bagi Toko Serba Harga Murah Sampit.

**g. Bukti Fisik (*Physical Evidance*)**

Berdasarkan hasil dilapangan yang menemukan bahwa desain ruangan dari Toko Baju Serba Harga Murah Sampit didesain dengan gaya ruangan yang sederhana. Kemudian hanya beberapa fasilitas yang disediakan oleh pihak pemilik usaha yaitu AC dan ruangan untuk mencoba pakaian dilengkapi dengan cermin. Untuk menciptakan suasana yang enak kepada pelanggan dalam melayani harus ramah tamah, penuhi kebutuhan konsumen secara cepat dan tepat. Pada halaman untuk parkir kendaraan juga luas jadi bisa menampung banyak motor pelanggan ketika toko sedang

ramai. Faktor pendukung lain yang masih kurang adalah mengenai cahaya atau lampu pada toko yang kurang terang.

Berdasarkan teori karakteristik pemasaran dalam ekonomi Islam yang meliputi, Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiah*), Realistis (*Al-Waqi'yyah*) dan Humanitis (*Insaniyyah*) bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit adalah sebagai berikut.

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Dalam prinsip ini Toko Baju Serba Harga Murah Sampit menunjukkan sifat kereligiusannya dalam menjalankan usahanya. Sifat religius yang diterapkan yaitu sifat kejujuran dan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT salah satunya kewajiban setiap perempuan yaitu menutup aurat. Hal ini dapat terlihat dari semua karyawan yang bekerja menggunakan hijab dan menutup aurat dengan baik. Beberapa produk yang dijual juga ada seperti gamis syar'i yang dilengkapi dengan niqab.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Dalam prinsip ini menunjukkan sifat akhlak (moral dan etika) dalam menjalankan usahanya. Sifat yang diterapkan yaitu salah satunya ramah tamah kepada semua pelanggan. Cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan



yang datang. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang diajarkan oleh semua agama di dunia. Karena itu, sudah sepatutnya akhlak dapat menjadi panduan bagi seorang dalam mencari rezeki.

c. *Realistis (Al-Waqi'iyah)*

Dalam prinsip ini Toko Baju Serba Harga Murah Sampit menunjukkan sifat yang tidak kaku atau fleksibel dalam menjalankan usahanya. Tidak fanatik terhadap sesuatu hal, selagi hal tersebut masih dalam koridor kebenaran. Hal ini menjadi salah satu prinsip yang dijalankan Toko Baju Serba Harga Murah yaitu tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan bahkan lebih sedikit dari orang pada umumnya. Walaupun demikian Toko Baju Serba Harga Murah tetap memiliki pelanggan yang semakin hari semakin banyak.

d. *Humanistis (Al-Insaniyyah)*

Dalam prinsip ini menunjukkan sifat berbagi antar sesama. Berbagi yang dilakukan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit adalah sedekah dengan memberikan makan siang gratis kepada pelanggan yang datang pada jam yang telah ditentukan tanpa syarat apapun. Kemudian juga memberikan 1000 hadiah gratis kepada pelanggan setelah melakukan renovasi toko cukup dengan antri yang rapi maka sudah bisa mendapatkan hadiah gratis. Dengan hal tersebut maka ada dua hal yang bisa didapatkan yaitu promosi dan

saling berbagi. Karena jika bersedekah maka harta kita akan berkurang menurut perhitungan manusia, namun menurut perhitungan Allah SWT harta kita akan bertambah.

Melihat penjelasan diatas, maka peneliti melihat berdasarkan analisis telah memenuhi sebagian dari prinsip ekonomi Islam dan sudah sesuai dengan aturan bekerja dalam ekonomi Islam. Hanya prinsip tauhid dalam ekonomi Islam saja yang mereka tidak lakukan pada saat memanfaatkan Aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran jual beli online di Toko Serba Harga Murah Sampit. Mereka telah melakukan implementasi keadilan dalam aktifitas ekonominya serta mengikuti aturan bekerja dalam ekonomi Islam dengan tidak mengandung unsur riba, *gharar*, *maysir* dan unsur keharaman. Kemudian pekerjaan mereka telah memenuhi unsur ketaatan (*halal*) dan bermanfaat serta membawa kebaikan (*thayyib*) dengan tidak mengambil hak orang lain. Dan telah melaksanakan kegiatan yang ramah tamah sesama mereka dengan para pembeli. Dari sektor keseimbangan kemanusiaan, mereka telah melaksanakannya sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dengan mengeluarkan sebagian hasil yang mereka peroleh untuk zakat, infak, dan sadaqah.

Berdasarkan teori karakteristik pemasaran dalam ekonomi Islam yang meliputi, Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiah*), Realistis (*Al-Waqi'yyah*) dan Humanitis (*Insaniyyah*) strategi pemasaran yang dilakukan toko Baju Serba Harga Murah Sampit yang dijelaskan dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 4.3**

**Tabel hasil strategi pemasaran toko Baju Serba Harga Murah Sampit dalam perseptif Ekonomi Islam**

<b>Aspek</b>	<b>Serba Harga Murah</b>
<i>Rabbaniyah</i>	Religius dan jujur dalam berbisnis
<i>Akhlaqiyyah</i>	Ramah dalam melayani pelanggan dan tolong menolong
<i>Al-waqiyyah</i>	Tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan
<i>Al-Insaniyyah</i>	Sering berbagi terhadap sesama

Sumber: Dibuat oleh peneliti

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa Toko Baju Serba Harga Murah Sampit memenuhi karakter utama pemasaran dalam Ekonomi Islam yaitu dengan menerapkan semua prinsip dengan baik.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah peneliti uraikan tersebut, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online di toko Baju Serba Harga Murah Sampit dilihat dari aspek *product* yaitu produk lebih lengkap, mengikuti perkembangan model fashion dan selalu ada, aspek *price* yaitu harga yang terjangkau, aspek *place* yang mana lokasi dekat dengan pasar dan jalan raya, aspek *promotion* memanfaatkan perkembangan zaman dan mampu memanfaatkan media sosial seperti Aplikasi Tiktok, Instagram dengan sangat baik, aspek *people* yaitu karyawan yang terlatih dan berkompeten, aspek *process* yaitu pelayanan yang ramah dan murah senyum dan aspek *physical evidence* yaitu masih harus ada perbaikan dan peningkatan secara berkala.
2. Penerapan Strategi pemasaran Aplikasi Tiktok sebagai media promosi jual beli online menurut Ekonomi Islam dilihat dari Ekonomi Islam Toko Baju Serba Harga Murah Sampit telah memenuhi sebagian dari prinsip ekonomi Islam dan sudah sesuai dengan aturan bekerja dalam ekonomi Islam. Toko Serba Harga Murah telah melakukan implementasi keadilan

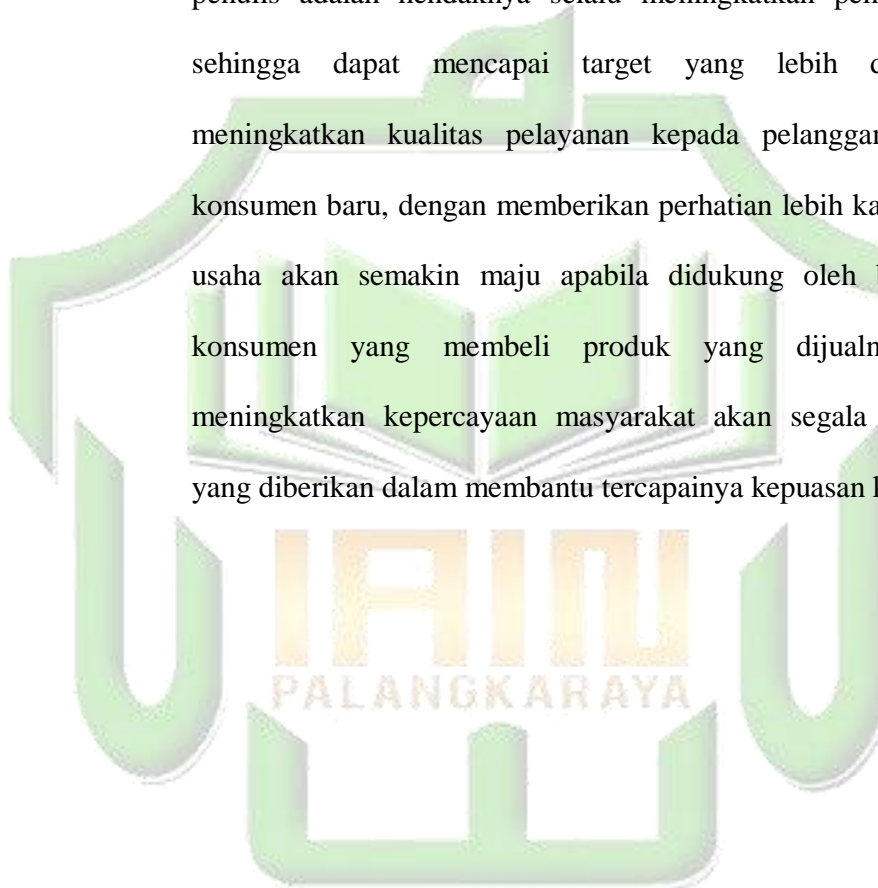
dalam aktifitas ekonominya serta mengikuti aturan bekerja dalam ekonomi Islam dengan tidak mengandung unsur riba, *gharar*, *maysir* dan unsur keharaman. Kemudian pekerjaan mereka telah memenuhi unsur ketaatan (*halal*) dan bermanfaat serta membawa kebaikan (*thayyib*) dengan tidak mengambil hak orang lain, dan telah melaksanakan kegiatan yang ramah tamah sesama mereka dengan para pembeli. Dari sektor keseimbangan kemanusiaan, mereka telah melaksanakannya sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dengan mengeluarkan sebagian hasil yang mereka peroleh untuk zakat, infak, dan sadaqah. Sedangkan berdasarkan analisis pemasaran dalam Ekonomi Islam toko Serba Harga Murah telah memenuhi karakter pemasaran syariah yaitu menerapkan prinsip utama dalam pemasaran syariah diantaranya, Ketuhanan (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*al-waqi'yyah*) dan Humanistik (*al-Insaniyyah*) dengan baik.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Untuk memberikan rasa nyaman kepada pelanggan Toko Baju Serba Harga Murah Sampit dapat menambah luas toko agar pelanggan merasa leluasa dan tidak berdesak-desakan dalam berbelanja.

2. Untuk menarik minat pelanggan yang datang di Toko Serba Harga Murah Sampit dapat membuat promosi yang lebih kreatif lagi sehingga pelanggan yang datang semakin bertambah banyak.
3. Mengingat betapa pentingnya strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen terhadap toko fashion, maka saran penulis adalah hendaknya selalu meningkatkan pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.





## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Amelia.R. *Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tik Tok*.(Doctoral Dissertasion: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,2021).
- Afanda. *Kasus Penyebaran Hoaks Di Indonesia Dalam Sudut Pandang Filsafat Manusia*. Madiun: Universitas Widya Mandala 21 Juni 2019.
- Abdul Mannan, Muhammad. *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*. Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Wakaf, 2017.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, 2019
- Amirullah, *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2016
- Agus, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2020.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2019, h.64.
- Affuddin & Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Pustaka Setia. 2019.
- Amsyari, Fuad *Strategi Perjuangan Umat Islam Indonesia*. Bandung: Mizan, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Bungin, Burhan. *Analisis data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja GRafindo Persada, 2018.
- Creswell, Jhon. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih di Antara Lima Pendekatan)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- Edwin Nasution, Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2016.

- Endah, Alberthiene. Alberthiene, *Sukses Berbisnis Online Shop*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 21 April 2016.
- Furoni, Lukman. *Etika Bisnis Dalam Al-qur'an*, Yogyakarta: PT. LKIS Pelangi Aksara. 2020.
- Gunara, Thorik & Utus Hardiono, *Marketing Muhammad Saw*. Bandung: PT. Karya kita, 2018.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE, 2017.
- Harman, Malau. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Alfabeta. 2017.
- Haider Naqvi, Syed Nawab. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Hadi, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate And Marketing Communication*. (Jakarta : Pusat Studi Komunikasi Dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 2016.
- Hikmawati, Febti .*Metodologi Penelitian*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups*, Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Peneliti Contoh Proposal Kualitatif*.. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Iqbal, Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara 2017.
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Janwari, Yadi. *Pemikiran Ekonomi Islam*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2016.
- Jaelani, Aan .*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam: Kontribusi Sarjana Muslim dalam Pemikiran dan Analisis Ekonomi*. Cirebon: CV. Aksarasatu, 2018.
- Jaiz, Muhamad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.

- Kartajaya, Hermawan. *Marketing Mix*. Bandung: Mizan Pustaka, 2018.
- Kertajaya. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan : Mark Plus&Co, 2017.
- Kasmir, Etika Customer Service, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006
- Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020..
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Mardalis, *Metodologi Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta : Bumi Aksara. 2016.
- M. QuraishShihab, Tafsir Al-Misbah, (akarta : Lentera Hati, 2002
- Ma'ruf Abdullah, wirausaha berbasis syari'ah, Banjarmasin: Antasari Press, 2011
- Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: DIOMA, 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio tekhnologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Oentoro, Deliyanti., *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2016.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- Riva'I, Veithzal., *Islamic Markting Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Rianto, Nur. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Solo: PT Era Adicitra 2018.
- Riyanto, Slamet. & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

Setiawan, Ira. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap peningkatan Laba Umkm*, Yogyakarta: Bima Bingkai Manajemen. 2017.

Supriono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 2016.

Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2018.

Sri Neni, Imaniyati. *Hukum Ekonomi & Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*. Bandung: Mandar Maju, 2019.

Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017.

Suryana, *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian dan Kualitatif*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2017.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset, 2017.

Tanama Putri, Rahayu. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.

Taylor, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya 2 Desember 2018.

Taisirul karimir Rahman, Tafsir Al-Qurthubi, Bandung: Dar Ibn Hazm, 2010.

Uprayitno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press 2008.

Wiratna, Surjaweni. *Metedologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press 2016.

Wijayakusuma. *Mengagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press. 2018.

Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*.

Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*.

## **B. Jurnal dan Artikel**

Alfaini, Sania. *Perspektif Al-Qur'an Tentang Konten Tarian Viral Para Muslimah Pada Aplikasi Tik Tok*, Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan, Vol 3 No. 1 Juni tahun 2021.

Ayu Octavia, Ria. *Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk*. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi, 2020.

Arrofi, Abdulhakim. *Memahami Pengalaman Komunikasi Orangtua-Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial Tik Tok* . Jurnal Interaksi Online 4 Juni 2019.

Amelia.R, *Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tik Tok*, Doctoral Dissertasion, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2 April 2020.

Bayu Dewa, Chriswardana. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19* Yogyakarta: Universitas Bina Sarana Informatika, 2021.

Devi Puspitasari, Cindy. *Pemanfaatan Digital Content Marketing Produk Msglow Pada Media Sosial Tiktok*, Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2021.

Dwi Cahyani, Dini. *Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok dalam Interaksi Sosial Study Kasus di SMA Negeri 11 Teluk Belitung Timur Bandar Lampung*, Doctoral Dissertasion : UIN Raden Intan Lampung 21 April 2021.

Dini Dwi, Cahyani. *Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok dalam Interaksi Sosial (Study Kasus di SMA Negeri 11 Teluk Belitung Timur Bandar Lampung)*, Doctoral Dissertasion : UIN Raden Intan Lampung 5 Juli 2020.

Edy Herman, Lalu. *“Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual”*. Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA), Vol. V No. 2, September 2018.

Efa Kristia, Syeli. *Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood*, Surabaya: Volume 9 No 3 Tahun 2021.

Gunartin, *Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. Jurnal Eduka, Vol. 2 No. 2. 3 Desember 2017.



- Hasiholan, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*. Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 5 No. 3 Juni 2020.
- Hilal Ramadhan, Ilham. *“Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok”*. Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Vol. 18, No. 1, Juni 2021.
- Makis, Raisza. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*. Makassar:Universitas Yogyakarta 2018.
- Mefita, *Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 6(4), 2 September 2020.
- Novalia, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness “Studi Kasus Pada Pt. Es Teh Indonesia”*. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika 2021.
- Nugroho Aji, Wisnu. *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra*, Universitas Widya Dharma Klaten. Volume VI No 2 April 2020.
- Novianto, I. *Perilaku Penggunaan Internet Di Kalangan Mahasiswa*. Surabaya: Universitas Airlangga 23 September 2019.
- Nasution, Nabhila. *Analisis Hukum Pelanggaran Hak Cipta Pengguna Aplikasi Tiktok Ditinjau Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, Universitas Sumatera Utara, Vol. 14 No. 1 Juni 2021.
- Rahmawati, *Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*, Doctoral Dissertation, Perpustakaan 1 Januari 2018.
- Rizky Hayati, Dinda. *Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis*. Purwokerto: Universitas Islam Negeri 2021.
- Susilowati, *”Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai personal Branding Diinstragram”*. Jakarta Jurnal komunikasi, vol.9 No.2, Summer 2018.



Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram* (Surabaya:Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpenliebe), Jurnal Komunikasi,9 (2), 2018.

Salim, Munir. *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*. Jurnal Al Daulah, Vol. 6 No. 2. 4 April 2017.

Tambunan, *Kebebasan Individu Manusia Abad Dua Puluh: Filsafat Eksistensialisme Sartre*. Jurnal Masyarakat Dan Budaya, 18(2), 59-76, 2 Januari 2016.

Untari, Dewi. “*Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*”, Widya Cipta, Volume 2 No. 2, September 2018.

Wibowo, Tony. “*Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam*”,Junal Sistem Informasi, Volume 1 No 1, September 2021.

Yuniarti, Nevita. *Pengaruh Promosi Online Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference, Desember 2020.

### C. Internet

<https://id.wikipedia.org/wiki/Sampit> di akses pada tanggal 2 Juli 2022, pukul 13.00 WIB

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pangkalanbun/baca-artikel/13570/Sampit-Kota-Lintas-Perekonomian-Kalimantan-Tengah.html> di akses pada tanggal 2 Juli 2022, pukul 13.00 WIB.

[https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g3971044-d12245942-r467820430-Sampit\\_City\\_Park\\_Sampit\\_Central\\_Kalimantan\\_Kalimantan.html](https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g3971044-d12245942-r467820430-Sampit_City_Park_Sampit_Central_Kalimantan_Kalimantan.html) di akses pada tanggal 2 Juli 2022, pukul 13.15 WIB

<https://jdih.kotimkab.go.id/hal-VISI-DAN-MISI-> diakses pada tanggal 3 Juli 2022, pukul 10.22 WIB