

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Sejarah singkat Rumah Souvenir Banjarmasin

Rumah Souvenir Banjarmasin merupakan usaha yang menjual berbagai macam produk souvenir untuk acara pernikahan, seiring berjalannya waktu souvenir bukan hanya diberikan saat acara pernikahan saja, banyak konsumen Rumah Souvenir Banjarmasin yang membeli produk souvenir untuk berbagai macam acara lainnya, seperti acara ulangtahun, aqiqah, tasyakuran, acara perusahaan, acara politik, dan lain nya. Rumah Souvenir Banjarmasin dijalankan oleh Mutia Rahma dan Nur Ifansyah selaku owner, mereka memiliki dua orang karyawan yang membantu operasional usaha nya.

No	Nama	Jabatan	Tugas
1	Nur Ifansyah	Owner (Suami)	Pengiriman, Operasional
2	Mutia Rahma	Owner (Istri)	Marketing, Keuangan
3	Ibu Gadis	Karyawan	Packing
4	Husna	Karyawan	Packing

Tabel 4.1 Daftar owner dan karyawan Rumah Souvenir Banjarmasin

(Sumber : Hasil wawancara)

Ibu Mutia Rahma menjalankan usaha ini berawal pada tahun 2017, mulai berjualan secara online dengan konsep toserba

(toko serba ada), awal nya produk yang dijual berbagai macam jenis sesuai dengan permintaan konsumen, mulai dari pakaian, perabotan rumah tangga, dan souvenir. Seiring berjalannya waktu, permintaan konsumen terhadap souvenir jauh lebih banyak daripada permintaan pada produk lain nya, maka dari itu Ibu Mutia menilai peluang untuk memasarkan produk souvenir lebih besar dan terbuka lebar dari pada produk yang lainnya. Selain itu, pada saat itu pesaing yang menjual produk souvenir juga masih belum terlalu banyak. Sehingga akhirnya hingga sekarang usaha Rumah Souvenir Banjarmasin memilih berfokus pada penjualan souvenir untuk berbagai macam acara. Sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

”Awal usaha ini dari sekitar tahun 2017, awal nya itu saya berjualan secara online, jadi sistem nya dulu itu jadi reseller dan dropship barang, karena masih belum mempunyai toko offline, dulu awal nya konsepnya seperti toko serba ada (toserba) jadi yang dijual bermacam-macam, seperti baju, sepatu, helm, souvenir, dan lain-lain. Tetapi orang-orang itu (calon konsumen) lebih tertarik ke produk souvenir, jadi sejak itu usaha ini mulai memperbanyak stok produk nya ke souvenir saja. Usaha Rumah Souvenir Banjarmasin ini di kelola oleh saya dan suami, jadi kalau saya fokus di bagian marketing dan keuangannya, mengurus orderan yang masuk di sosmed, yang megang sosmed juga saya, kalau suami itu fokus untuk dibagian pengiriman, menyiapkan souvenir yang mau di packing, bisa dikatakan yang mengurus operasional yang di toko offline ini, kalau karyawan saya ada dua, dua-dua nya membantu di bagian packing, karena biasa pesanan souvenir kita itu ratusan bahkan ribuan pcs makanya kita perlu bantuan untuk packing tersebut”

B. Analisis Data

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik usaha Rumah Souvenir Banjarmasin, observasi dan dokumentasi pada sumber-sumber informasi yang berhubungan dan terlibat langsung dalam strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk pada usaha Rumah Souvenir Banjarmasin dalam perspektif ekonomi Islam maka diperoleh data-data sebagai berikut:

1. Strategi Digital Marketing Pada Rumah Souvenir Banjarmasin

Strategi digital marketing merupakan suatu strategi pemasaran yang memanfaatkan internet sebagai penggerak dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan pemasaran secara digital pemilik usaha mampu memasarkan dan mempromosikan produknya melampaui batas dari geografi dan zona waktu (Wati dkk. 2020). Rumah Souvenir Banjarmasin memanfaatkan sosial media dan marketplace dalam memasarkan dan mempromosikan produknya.

No	Sosial Media / Marketplace	Nama Akun
1	Instagram	@rumah_souvenirbjm
2	Shopee	rumahsouvenirbjm
3	Tiktok Shop	@rumah_souvenirbjm
4	Whatsapp	0878-1511-0005

Tabel 4.2 Daftar akun media sosial dan marketplace Rumah Souvenir Banjarmasin

(Sumber : Hasil wawancara)

Salah satu dari jenis-jenis digital marketing adalah sosial media marketing, jenis digital marketing inilah yang digunakan Rumah Souvenir Banjarmasin sebagai strategi dalam memasarkan produknya. Menurut (Wati dkk., 2020) situs media sosial memiliki manfaat untuk membangun bisnis dan jejaring sosial. Melalui sosial media para pemilik usaha memiliki wadah untuk bertukar pengetahuan, ide, ataupun komunikasi antar pengguna. Dengan adanya perkembangan sosial media, menciptakan interaksi yang mampu mengarahkan pada keputusan pembelian dari calon konsumen berdasarkan konten dari ulasan seseorang (review), pemberian tag, komentar akun dan lainnya. Sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

“Kami memasarkan produk kami menggunakan sosial media instagram, tiktok shop, shopee, dan whatsapp sebagai tempat pemesanan dan informasi seperti pengiriman dan pemesanan. Untuk strategi digital marketing nya, kan usaha ini berjalan dibidang souvenir, lebih khusus nya di souvenir pernikahan. Jadi di sosial media itu kami biasanya berkolaborasi dengan vendor MUA (Make up Artist) yang nama atau akun nya sudah besar dan terkenal di sosial media seperti @cahayawedding, @mega_alkahfi_wedding untuk minta di postingkan di snapgram dan dipromosikan oleh akun-akun tersebut. Selain itu juga berkolaborasi dengan sesama vendor pernikahan seperti para photograper, wedding organizer, dan mc untuk di tag akun isntagram kami pada saat memposting hasil dokumentasinya. Selain itu juga melakukan endorsment dengan selebgram yang akan melakukan pernikahan, jadi nanti produk kami akan di tag dan dipromosikan oleh selebgram tersebut. Lalu kami juga pernah melakukan promosi menggunakan iklan berbayar yang ada di instagram. Lalu kami juga melakukan giveaway, giveaway ini salah satu yang penting untuk menarik konsumen dan menaikkan akun kami, karna biasanya untuk memenangkan hadiah giveaway ini kan ada syarat-syaratnya seperti wajib follow akun-akun media sosial kami, share postingan akun kami dan memberikan like pada beberapa

postingan di akun Rumah Souvenir Banjarmasin. Kalau di shopee kita memakai fitur naikan produk, jadi itu fitur yang memang disediakan di aplikasinya, kita tinggal masukkan foto produk kita, lalu di jelaskan atau dideskripsikan itu produk nya apa, setelah itu kita pakai hastag yang sesuai dengan produk itu.”

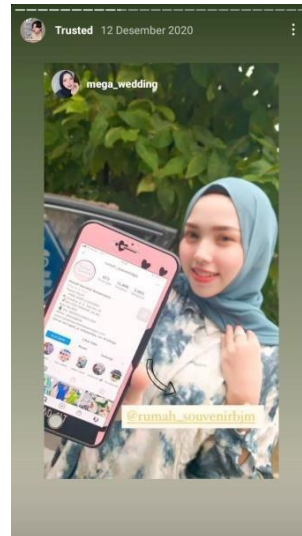
Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui ada beberapa strategi digital marketing yang dilakukan oleh Rumah Souvenir Banjarmasin, yaitu :

1) Kolaborasi

Kolaborasi yang dilakukan antara dua bisnis atau usaha yang tidak jauh berbeda ataupun memiliki keterkaitan satu sama lain merupakan peluang emas dalam meningkatkan *brand awarness*, menurut (Durianto & Sitinjak, 2004) *brand awarness* merupakan suatu istilah yang menggambarkan tingkat kesadaran konsumen dalam mengenali dan mengingat suatu brand atau merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu.

Rumah Souvenir Banjarmasin melakukan kolaborasi dengan sesama vendor pernikahan konsumennya, seperti vendor make up artis (MUA) , vendor photograprer, dan vendor wedding organizer, yaitu dengan memposting produk souvenir dari Rumah Souvenir Banjarmasin dan tag akun instagram @rumah_souvenirbjm di akun Instagram vendor-vendor tersebut. Dengan cara ini maka cakupan calon konsumen dari Rumah Souvenir Banjarmasin semakin luas, karena di posting oleh akun

vendor make up artis, vendor photograpar, dan vendor wedding organizer yang segmentasi nya berbeda namun memiliki keterkaitan satu sama lain yaitu berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan dengan acara pernikahan.



Gambar 4.1 Kolaborasi dengan vendor MUA Mega Wedding
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.2 Kolaborasi dengan vendor MUA Dewi Mulia Wedding
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.3 Kolaborasi dengan vendor Wedding Organizer (WO)
Glowing Organizer Banjarmasin

(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.4 Kolaborasi dengan MC Muhammad Mustakim (Acim)

(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

2) *Endorsment*

Menurut Hartini dalam (Hardilawati dkk., 2019) *Endorsment* merupakan suatu bentuk kerjasama yang dilakukan antar dua pihak yang saling menguntungkan satu sama lain. Biasanya terjadi antara suatu usaha atau *online shop* dengan artis, selebgram ataupun tokoh yang memiliki pengaruh di media sosial karena memiliki penggemar dan pengikut yang cukup banyak sehingga memiliki peluang untuk mempromosikan suatu produk untuk meningkatkan penjualan bagi si pemilik usaha atau online shop.

Rumah Souvenir Banjarmasin menggunakan jasa *endorsment* selebgram yang aktif di media sosial instagram, selebgram yang dipilih biasanya yang akan melakukan pernikahan, sehingga kerjasama yang dilakukan ini menguntungkan satu sama lain, Rumah Souvenir Banjarmasin mendapatkan promosi dan di posting pada akun media sosial selebgram tersebut, hal ini tentu menambah jangkauan pemasaran dari Rumah Souvenir Banjarmasin. Sedangkan selebgram yang di endors mendapatkan souvenir untuk acara pernikahannya.



Gambar 4.5 Endorsment selebgram

(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.6 Endorsment selebgram

(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

3) Iklan

Iklan menurut Dewan Periklanan Indonesia (DPI) dalam (Lee & Evyanto, 2022) merupakan suatu pesan komunikasi publik atau komunikasi pemasaran terhadap suatu produk yang didukung oleh media yang terkenal dan media tersebut dapat mengarahkan produk yang diiklankan pada masyarakat sebagai pengguna produk atau seluruh komunitas.

Adapun iklan yang digunakan Rumah Souvenir Banjarmasin adalah menggunakan iklan di media sosial instagram yang disebut Instagram Ads, Instagram Ads merupakan suatu fitur promosi berbayar dari Instagram, sistem dari iklan ini nantinya akan menampilkan produk Rumah Souvenir Banjarmasin pada feed, stories, dan reels di Instagram sesuai dengan audiens yang ditargetkan.

4) Giveaway

Menurut (Aimana & Fahrullah, 2022) *Giveaway* merupakan suatu kegiatan membagikan hadiah secara gratis oleh suatu brand atau pemilik usaha kepada customer nya dengan beberapa syarat tertentu yang harus dipenuhi agar mereka berkesempatan mendapatkan hadiah tersebut. Melakukan *giveaway* merupakan salah satu strategi marketing yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan *brand awarness* bagi suatu

usaha karena strategi ini mampu meningkatkan followers dan engagement media sosial antara audiens dengan pemilik usaha serta membuat orang tertarik dengan brand atau produk sehingga melakukan pembelian. Adapun berdasarkan hadits Nabi Muhammad SAW, yang artinya “*Saling memberi hadiah, maka kalian akan saling mencintai*” (HR. Bukhari dalam Al-Adab Al-Mufrud, no 594) Dari hadits berikut menjelaskan bahwa Rasulullah SAW, menganjurkan untuk saling memberi hadiah kepada saudaranya dan dapat memotivasi untuk saling berbagi mengasihi satu sama lain.

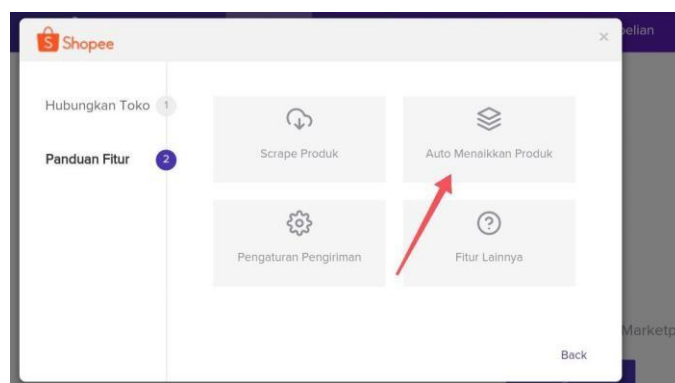
Giveaway yang dilakukan oleh Rumah Souvenir Banjarmasin adalah dengan memberikan hadiah kepada para pengikut nya di sosial media dengan beberapa syarat, seperti :

- a) Mengikuti akun Instagram Rumah Souvenir Banjarmasin
- b) Share postingan berupa foto dari produk Rumah Souvenir Banjarmasin di akun media sosial masing-masing
- c) Membelikan like ataupun komentar pada postingan akun Instagram Rumah Souvenir Banjarmasin

Setelah mengikuti syarat yang telah ditetapkan, nanti nya pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin akan memilih pemenang giveaway secara random, dan pemenangnya nanti akan mendapatkan hadiah.

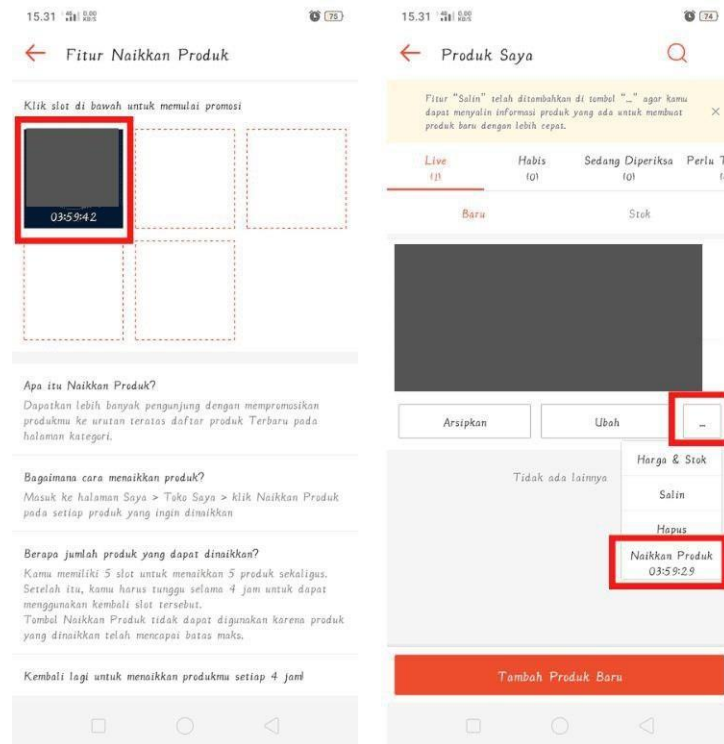
5) Menggunakan Fitur Naikkan Produk

Dalam (Pusat Edukasi Penjual - Shopee, 2023) menjelaskan fitur Naikkan Produk adalah salah satu fitur yang ada di marketplace Shopee yang fungsinya dapat menaikkan posisi produk seller pada hasil pencarian. Dengan menggunakan fitur ini, produk yang di posting akan dinaikkan ke posisi teratas pada hasil pencarian sesuai jenis produk tersebut. Fitur ini dapat menaikkan hingga 5 produk setiap 4 jam. Dan apabila semakin sering seller menggunakan fitur ini, maka produk yang di posting juga akan semakin sering dilihat pada hasil pencarian pembeli. Rumah Souvenir Banjarmasin menggunakan fitur ini dalam memasarkan produknya pada marketplace Shopee. Dengan memasukkan foto dari produk nya, lalu deskripsikan secara jelas produk yang dijual, setelah itu tambahkan hastag-hastag yang berkaitan dengan produk yang akan diposting tersebut.



Gambar 4.7 Fitur Naikkan Produk di shopee

(Sumber : *shopee.co.id*)



Gambar 4.8 Fitur Naikkan Produk di Shopee

(Sumber : *shopee.co.id*)

6) Posting Konten

Secara umum posting berasal dari kata post yang artinya kirim atau publish (Anas, 2017). Posting merupakan kegiatan membagikan konten visual berupa gambar ataupun video yang dibagikan secara umum kepada pengikut ataupun pengguna media sosial secara umum yang berisi informasi demi tujuan tertentu.

Rumah Souvenir Banjarmasin menggunakan media sosial Instagram, Tiktok, dan marketplace Shopee sebagai tempat untuk

memposting konten produk souvenir nya, Adapun konten yang biasanya di posting adalah :

- a) Foto produk souvenir, disertai dengan caption seperti jenis produk nya, harga, minimal order, kontak pemesanan, dan jasa kirim yang dapat digunakan



Gambar 4.9 Posting foto produk

(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

- b) Video produk berupa instagram stories, reels, tiktok video, disertai dengan caption seperti jenis produk nya, harga, minimal order, kontak pemesanan, dan jasa kirim yang dapat digunakan



Gambar 4.10 Posting video tentang produk
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

- c) Video proses pengerjaan pesanan, konten ini berisi informasi saat proses packing souvenir-souvenir konsumen di Rumah Souvenir Banjarmasin



Gambar 4.11 Posting video proses pengerjaan pesanan
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

- d) Foto testimoni dari konsumen, tujuan dari konten ini adalah untuk meingkatkan *brand awarness* dari para konsumen bahwa produk souvenir yang dijual oleh Rumah Souvenir ini memiliki kualitas yang bagus dan terpercaya.



Gambar 4.12 Testimoni dari Agus Sasirangan
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.13 Testimoni dari Bapak Ibnu Sina
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.14 Testimoni dari Customer di WA
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.15 Testimoni dari Customer di Shopee
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

2. Peningkatan Penjualan Pada Rumah Souvenir Banjarmasin

Setelah melakukan strategi-strategi yang telah dijelaskan diatas, tentunya memiliki tujuan agar strategi tersebut dapat berpengaruh terhadap meluasnya cakupan pemasaran Rumah Souvenir Banjarmasin, keputusan konsumen dalam membeli produk souvenir di Rumah Souvenir Banjarmasin, hingga peningkatan penjualan pada usaha Rumah Souvenir Banjarmasin. Peningkatan dapat dilihat dari semakin banyaknya pesanan souvenir dari tahun ke tahun yang awalnya hanya ratusan buah kini mencapai ribuan buah souvenir, meningkatnya omset penjualan, yang awalnya omset didapat sekitar Rp.5.000.000 perbulan kini mampu mencapai omset sebesar Rp.10.000.000 sampai Rp.15.000.000 perbulan. dan pengiriman pesanan souvenir yang awalnya hanya pembeli dari daerah Banjarmasin dan sekitarnya, kini sudah menjangkau pembeli dari luar kota Banjarmasin, seperti pembeli dari Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Barat. Sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

“Dengan melakukan strategi digital marketing ini pastinya memiliki pengaruh ya, orderan jadi makin banyak, sehingga meningkatkan penjualan usaha kami, apalagi kan jangkauan nya jadi lebih luas menggunakan media sosial ini, semua orang bisa mengaksesnya sekarang ini, bahkan kami bisa saja kirim ke seluruh Indonesia. Orderan kami paling jauh itu ke Penajam Paser, Kalimantan Timur, ongkir pengiriman kesitu bisa sampai 500 ribu rupiah. Kalau orderan terbanyak yang pernah kami kerjakan itu untuk satu konsumen sebanyak 2.000 pcs souvenir. Untuk omset kami rata-rata itu bersih

nya kisaran 10-15 juta rupiah perbulan. Bisa saja naik apabila sedang banyak orderan seperti pada bulan setelah Hari Raya Idul Adha itu kan biasanya banyak yang mau menikah, ataupun di awal-awal tahun itu juga banyak yang mau menikah, bisa juga saat lagi ada acara-acara politik seperti kampanye, itu mereka juga pesan souvenir ditempat kita untuk acara kampanye nya.”

Selain itu peningkatan penjualan juga dirasakan oleh karyawan dari Rumah Souvenir Banjarmasin, sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Gadis, yaitu

“Dulu saat proses packing souvenir itu biasanya sampai ratusan pcs saja, sekarang seiring berjalannya waktu makin hari makin banyak saja souvenir yang saya packing, sampai ribuan souvenir, sekarang juga makin bervariasi souvenir yang di packing karena semakin banyak nya permintaan, buka untuk pernikahan saja, tetapi kadang seperti acara aqiqahan, acara ulangtahun, acara haul, macam-macam lah pokoknya kalau sekaran jenis souvenir nya.”

Selain itu peningkatan penjualan juga dirasakan oleh karyawan dari Rumah Souvenir Banjarmasin lainnya, sebagaimana yang diterangkan oleh Husna, yaitu :

“Perbedaan yang sekarang dengan yang dulu itu saya rasakan adalah makin banyak nya souvenir yang di packing, sekarang sudah sampai ribuan pcs souvenir setiap minggu nya, dari yan dulu paling hanya ratusan pcs perminggu nya, sekarang itu kita semakin dikenal oleh masyarakat kan, apalagi sudah banyak di endors selebgram dan collab dengan MUA itu, terasa sekali makin meningkat orderan souvenir nya”

Sehingga dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan strategi digital marketing yang tepat maka Rumah Souvenir Banjarmasin mampu meningkatkan penjualan nya

3. Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Rumah Souvenir

Banjarmasin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

a) Kolaborasi

Dalam perspektif ekonomi Islam kolaborasi merupakan suatu langkah konkret yang mencerminkan akhlak penting dalam Islam, (Sarifudin,2023) menjelaskan kolaborasi adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih yang memenuhi kriteria suatu kesepakatan atau perjanjian dimana masing-masing pihak terkait memiliki tanggung jawab yang harus dilakukan agar terwujudnya tujuan yang diinginkan bersama. Kolaborasi bisa juga disebut dengan *ta'awun* yang artinya bekerjasama, dan menjadi fondasi dalam menciptakan ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kebaikan bersama, sebagaimana yang terkandung pada Al-Quran surah Al-Maidah ayat 2 tentang bekerjasama dalam kebaikan,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْمِلُوا سَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا
الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْمَبِيتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ؕ وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ؕ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ؕ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ؕ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu)

kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Mushaf Aisyah, Al-qur'an dan terjemahan, hlm.106)

Rumah Souvenir Banjarmasin melakukan kolaborasi dengan berbagai vendor yang berhubungan dengan acara pernikahan, seperti vendor MUA, vendor *Weddding Organizer*, vendor photograper dan MC dengan tujuan untuk saling mempromosikan usaha atau jasa masing-masing, kolaborasi ini dilakukan atas dasar saling menguntungkan satu sama lain dan tanpa adanya paksaan dari pihak yang lain, sehingga dapat dikatakan kolaborasi yang dilakukan oleh Rumah Souvenir Banjarmasin sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

b) *Endorsment*

Konsep *endorsement* dalam Islam ialah sebagai sebuah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis, *fashion blogger*, *fashion stylish* dan lain-lain sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan di media sosial yang digunakan, dengan cara dan proses yang sesuai dengan ketentuan syariah. *Endorsement* adalah bentuk mu'amalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah, sebagaimana Kaidah Fiqhiyyah menjelaskan bahwa "*Pada dasarnya semua bentuk*

mu'amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam etika *endorsement* Islam, sehingga produk dan jasa endorser sesuai dengan anjuran dan tuntutan Syariah, yaitu :

- 1) Barang atau Produk endorse harus halal, dalam artian barang yang akan dipromosikan harus dikatakan bersih menurut Syariah. Dalam (Astuti, 2019) menjelaskan bahwa kehalalan suatu produk itu mencakup bahan baku yang digunakan, proses pengolahan produk dan pemasaran produk, sementara secara kaidah fihiyyah, hukum asal sesuatu yang bermanfaat adalah boleh dan hukum asal sesuatu yang berbahaya adalah haram. Allah SWT, berfirman dalam ayat Al-qur'an Surah Al-A'raf ayat 157:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ
 يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ
 عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ
 الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۙ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya. (Mushaf Aisyah, Al-qur'an dan terjemahan, hlm.170)

Sejalan dengan ayat di atas, sebagaimana yang diterangkan

oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

”Untuk produk souvenir yang kita jual ini terbuat dari bahan- bahan yang aman dan halal, tidak ada menggunakan bahan seperti dari kulit babi itu tidak ada. Bahan-bahan dari produk kita itu rata-rata seperti terbuat dari kain-kain, atau kayu, kaca, dan plastik. Selain itu barang yang kita jual juga yang memiliki manfaat atau yang bisa digunakan jangka panjang. Konsumen kita juga biasanya memilih souvenir yang akan diberikan kepada para tamu undangannya itu yang bermanfaat dan bisa digunakan dalam jangka panjang. Selain itu di tempat usaha kami customer juga dapat request souvenir sesuai dengan budget yang dimiliki, jadi kami memberikan pilihan produk mulai dari harga yang termurah itu start dari Rp.850 / pcs sampai yang termahal itu Rp.49.000 / pcs nya.”

Dari hasil wawancara diatas, bahwa Rumah Souvenir Banjarmasin memasarkan produk yang menggunakan bahan-bahan halal dan aman, selain itu produk souvenir yang dijual pun memiliki manfaat yang bisa digunakan dalam jangka panjang. Rumah Souvenir Banjarmasin juga membantu customer nya dalam mendapatkan produk yang sesuai dengan kemampuan keuangan atau budgetnya, yaitu dengan memberikan beberapa pilihan harga mulai dari yang termurah yaitu Rp.850 / pcs sampai dengan yang termahal Rp. 49.000 / pcs nya..

- 2) Barang atau produk yang diendorse adalah produk asli, mempromosikan produk-produk palsu adalah sebuah kezaliman, Karena akan merugikan konsumen jika ia tidak tahu akan hal itu. Memasarkan produk melalui media digital

sangatlah dituntut untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan menjual produk sesuai dengan perjanjian di awal. Seperti yang disampaikan dalam hadits berikut “*Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka*” (HR.Ibnu Hibban 2 : 32 di Shahihkan oleh Syaikh Al Albani dalam Ash Shahihah no.1058). Sejalan dengan penjelasan di atas, sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

“Biasanya calon customer bisa melihat sample produk secara langsung dengan datang ke toko kami ini, jadi bisa liat-liat bagaimana bentuk asli nya, atau bahan nya, warna nya, ukurannya secara langsung. Kalau untuk customer yang jauh seperti di luar kota atau customer yang sibuk tidak ada waktu untuk datang langsung ke toko kita, itu bisa kita kirimkan foto atau video dari barang yang mau di pesan nya. Setelah customer fix dan pasti dengan pilihan nya maka customer bisa mengisi format order yang telah kami siapkan, setelah itu kami menerapkan sistem DP, yaitu setengah harga dari jumlah harga pembayaran untuk memastikan juga agar customer tidak membatalkan pesannya tiba-tiba padahal pesannya sudah dikerjakan. Setelah itu kami kirim kan bukti invoice kepada customer sebagai bukti pembayaran yang harus dibayar nanti nya”

Dari hasil wawancara diatas, bahwa Rumah Souvenir Banjarmasin dalam memasarkan produk nya tanpa melakukan manipulasi, Rumah Souvenir Banjarmasin menjelaskan dan menyampaikan produknya dengan sebenar-benar nya baik itu

secara langsung dengan adanya produk sample yang ada di toko offline nya, ataupun berupa foto atau video yang dikirimkan.. Calon customer juga bisa melihat katalog produk yang terdapat di sorotan akun instagram Rumah Souvenir Banjarmasin. Setelah Customer sudah fix dan pasti dengan pilihan produk yang akan dibeli, maka bisa mengisi format order dan melakukan pembayaran DP 50% dari total pembayaran. Sistem DP ini dilakukan untuk mencegah terjadinya pembatalan sepihak dari customer yang dapat merugikan Rumah Souvenir Banjarmasin. Setelah pembayaran DP, maka pihak Rumah Souvenir Banjarmasin mengirimkan bukti invoice dan pesanan segera dikerjakan. Setelah pengerjaan selesai, produk souvenir langsung dikirimkan ke alamat yang dituju, dan customer dapat menyelesaikan sisa pembayarannya.



Gambar 4.16 Produk sample di Rumah Souvenir Banjarmasin
(Sumber : Toko Rumah Souvenir Banjarmasin)



Gambar 4.17 Produk sample di Rumah Souvenir Banjarmasin
(Sumber : Toko Rumah Souvenir Banjarmasin)

c) Iklan

Iklan baik yang bersifat komersil maupun non-komersil tercakup ke dalam perkara mu'amalah dan 'adat. Dalam (Muslim, 2021) Hukum asal dari perkara tersebut adalah diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur terlarang dalam syari'at yang mampu merubah hukumnya menjadi terlarang. Hukum iklan tetap halal dan diperbolehkan selama memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :

- 1) Iklan tersebut secara substansi mubah (diperbolehkan)
- 2) Pihak yang memasang iklan wajib berlaku jujur dan amanah ketika mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan
- 3) tidak diperbolehkan menyebarkan iklan yang mengandung unsur penipuan dan kecurangan
- 4) Iklan yang ditampilkan tidak mendiskreditkan pedagang yang lain
- 5) Tidak mengecoh para konsumen dengan cara mencontek merek, dari segi nama ataupun logo

Memasarkan dan melakukan promosi melalui iklan secara jujur yaitu dengan sikap apa adanya menyampaikan fakta, kondisi, dan situasi yang sebenar-benarnya. Menurut (Keraf, 1998) Prinsip kejujuran dalam lingkup kegiatan bisnis ada tiga, yaitu yang pertama, jujur dalam memenuhi syarat dan perjanjian kontrak. Kedua, jujur dalam menawarkan barang atau jasa dengan kualitas

dan harga yang sesuai. Ketiga jujur dalam hubungan kerja. Allah SWT, berfirman dalam Al-Qur'an Surah Ali-Imran ayat 77 :

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

”Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.” (Mushaf Aisyah, Al-qur’an dan terjemahan, hlm.59)

Ayat diatas menjelaskan bahwa kita harus bertanggung jawab apabila kita menerima suatu amanah. Orang yang bersifat jujur akan senantiasa menepati janji dan mempertanggung jawabkan perkataan dan perbuatannya. Dan apabila hal ini tidak dilakukan maka akan menimbulkan suatu kerugian, baik bagi pelakunya maupun bagi orang lain.

Sejalan dengan penjelasan tersebut, sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

“Untuk promosi itu kita menggunakan foto asli atau istilah nya realpict, tidak ada di edit-edit atau apapun, foto itu memang dari kita langsung, bukan mengambil dari foto katalog bisnis orang lain, biasanya juga untuk mencegah foto produk kami digunakan oleh akun-akun lain, kami menggunakan watermark di foto atau video yang kami posting dengan tulisan @rumah_souvenirbjm. sehingga orang lain tidak bisa mengambil foto produk yang kami buat sendiri. Jadi kami bisa memastikan bahwa produk yang dijual itu barang nya jelas dan bagus, baik itu dari segi kualitas nya dan harga nya sesuai saja. Untuk harga, kami tidak mematok harga yang tinggi ya, bahkan seperti yang tadi saya katakan

harga souvenir ditempat kami ada yang start di harga 850 rupiah per pcs nya. Sejauh ini juga respon dari para customer Alhamdulillah selalu puas dengan produk yang kami kirimkan, baik itu karena barang nya sesuai dengan yang mereka inginkan dan juga mereka mendapatkan souvenir itu dengan harga yang terjangkau sesuai dengan budget yang mereka miliki.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Rumah Souvenir Banjarmasin dalam mempromosikan produk nya secara jujur, yaitu dengan menyampaikan apa adanya keadaan souvenir yang dijual melalui foto asli atau realpict maupun video yang diambil langsung oleh owner Rumah Souvenir Banjarmasin. Foto produk yang dibagikan biasanya juga diberi watermark, watermark menurut (Nuryanto, 2021) merupakan sebuah tanda atau logo yang biasanya terdapat pada sebuah konten atau karya, dengan adanya watermark ini konten atau karya tersebut tidak boleh di klaim ataupun digunakan seenaknya oleh pihak lain tanpa ada izin dari pemilik asli dari konten atau karya tersebut. Untuk harga, Rumah Souvenir Banjarmasin tidak mematok harga yang berlebihan atau harga yang terlalu tinggi, hal ini disesuaikan juga dengan jenis souvenir yang dijual, seperti souvenir yang termurah ada di harga Rp.850 yaitu sendok atau garpu stainless . Hingga yang termahal itu sesuai dengan kualitas dan jenis barang nya, contoh nya seperti payung lipat. Untuk respon customer terhadap barang dan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Souvenir Banjarmasin pun selalu puas dan tidak ada komplain terhadap barang yang dikirimkan, hal ini terbukti dari banyak nya

testimoni ataupun review yang diberikan oleh customer Rumah Souvenir Banjarmasin.



Gambar 4.18 Foto produk menggunakan watermark @rumah_saouvenirbjm

(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)



Gambar 4.19 Foto testimoni dari Customer
(Sumber : Akun Instagram @rumah_souvenirbjm)

d) *Giveaway*

Mengadakan dan mengikuti kegiatan kuis untuk memperoleh hadiah secara gratis atau yang lazim disebut dengan *giveaway* hukumnya diperbolehkan meski penyelenggara mempersyaratkan partisipan melakukan aktivitas-aktivitas yang bersifat mempromosikan produk ataupun jasa dari pemilik usaha. Selama kegiatan itu tidak dipungut bayaran dan partisipan tidak mengalami kerugian (karena dia tidak mengeluarkan biaya sebagai objek judi), aktivitas-aktivitas yang dipersyaratkan seperti berlangganan (*subscribe*) email; info *sharing* tentang *giveaway* tersebut ke sosial media lain; atau mengirimkan komentar

dan *spam likes*; tidaklah “mencederai” kehalalan hukum aktivitas *giveaway* karena hal itu begitu ringan dilakukan, tidak membutuhkan upaya yang besar dan biaya.(Muslim, 2021). Maka berdasarkan uraian diatas, penerapan strategi *giveaway* dari Rumah Souvenir Banjarmasin sudah sesuai dengan aturan dalam Islam.

e) Menggunakan Fitur Naikkan Produk

Fitur Naikkan Produk di Shopee merupakan fitur yang disediakan oleh aplikasi untuk pada *seller* dalam memasarkan produknya, hanya dengan mengunggah foto produk dan berikan deskripsi yang sesuai dengan spesifikasi produk tersebut, maka produk yang di unggah akan otomatis *by system* muncul di bagian paling atas dari hasil pencarian pengguna shopee lainnya. Secara hukum, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah, sebagaimana Kaidah Fiqhiyyah menjelaskan bahwa “*Pada dasarnya semua bentuk mu’amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya*”. Maka dapat diketahui bahwa dengan menggunakan fitur ini, Rumah Souvenir Banjarmasin menyampaikan produknya secara jujur dan sesuai dengan spesifikasi produk, sehingga tidak ada pihak calon pembeli yang akan merasa tertipu atau dirugikan.

f) Posting Konten

Islam mengatur dan menuntun umatnya dalam berbuat baik dalam setiap kegiatan yang dilakukan, dan memberikan batasan-batasan bagi umatnya dalam menggunakan media sosial secara bijak. Islam sejalan dengan perkembangan teknologi dengan mendukung dengan tetap memperhatikan etika yang mengawal akhlak dan moral dijalar yang benar. Salah satunya yaitu kegiatan promosi dan memasarkan produk di media sosial dengan cara memposting konten berupa video ataupun foto, adapun beberapa etika yang perlu diperhatikan, yaitu :

- 1) Niat yang baik dari penjual
- 2) Tidak mudah mengobral sumpah palsu
- 3) Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan- kesepakatan di antara kedua belah pihak (pembeli dan penjual)
- 4) Berpegang teguh kepada kejujuran dalam promosi yang dilakukan
- 5) Menghindari penipuan dan manipulasi dalam iklan dan promosi yang dilakukan

Dari penjelasan diatas tidaklah etis bagi seorang penjual mengobral sumpah palsu, melebih-lebihkan keunggulan produk yang sebenarnya tidak ada. Melebih-lebihkan produk yang dijual sama saja dengan menggunakan janji palsu kepada calon pembeli

agar mereka tertarik untuk membeli, hingga pada akhirnya apabila barang yang mereka dapatkan tidak sesuai maka akan menimbulkan kekecewaan dan merasa dirugikan. Maka apabila produk itu terdapat kekurangan atau bahkan cacat maka penjual tidak boleh menutup-nutupi dan harus menjelaskannya, sehingga pembeli dapat melihat dan menyadari hal itu. Penjual harus memasarkan produknya sesuai dengan keadaan seperti spesifikasi produk tersebut, seperti ukuran nya, kegunaannya, warna nya, bahan nya, dan harga nya. Sehingga dengan mengetahui hal-hal tersebut. Hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an pada Surah An-Nisa ayat 29, yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيْعًا عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”
(Mushaf Aisyah, Al-qur'an dan terjemahan, hlm.83)

Ayat diatas menjelaskan bahwa prinsip jual beli adalah suka sama suka antara penjual dan pembeli dan apabila prinsip ini tidak terpenuhi maka dapat dikatakan jual beli tersebut tidak sah, karena jual beli tersebut harus berdasarkan suka sama suka tanpa adanya tipu daya seperti melebih-lebihkan kondisi produk dan paksaan dari pihak pembeli atau penjual (Shobirin, 2015). Sejalan

dengan penjelasan diatas, sebagaimana yang diterangkan oleh Ibu Mutia Rahma selaku pemilik Rumah Souvenir Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

“Saat memasarkan atau menjual produk, kami biasanya menjelaskan dengan rinci produk tersebut kepada calon customer supaya tidak terjadi kesalahan, misal contoh nya seperti sendok, kami jelaskan bahwa ukuran sendok ini ada yang ukuran kecil ada yang ukuran besar, jadi nanti tinggal customer nya yang memilih mau sendok ukuran yang mana yang akan dibeli. Contoh lainnya seperti kipas, kami jelaskan kipas ini motif nya bermacam macam, variasi warna nya pun bermacam-macam, customer bisa memilih model seperti apa yang mereka mau dan mereka sukai untuk diberikan di acara pernikahannya nanti. Pokoknya kami selalu menjelaskan apa adanya saja produk-produk souvenir yang kami jual. Jadi nanti keputusannya tinggal pada customer mereka mau memilih souvenir yang seperti apa untuk acaranya nanti.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Rumah Souvenir Banjarmasin dalam memasarkan dan menjual produknya sesuai dengan keadaan asli produknya tanpa melebih-lebihkan yang jatuh nya pada janji-janji palsu demi menarik pembeli. Rumah Souvenir Banjarmasin menjelaskan spesifikasi produk souvenir yang dijual dengan jelas dan rinci kepada customer nya, seperti ukuran, jenis bahan nya, warna nya, harga nya. Dan customer pun dapat bertanya langsung kepada Rumah Souvenir Banjarmasin apabila ada hal yang kurang jelas. Hingga

akhirnya nanti customer lah yang menentukan souvenir mana yang akan dipilihnya untuk diberikan di acara yang akan diselenggarakannya nanti. Dari sini dapat kita lihat bahwa adanya prinsip suka sama suka yang terjadi antara Rumah Souvenir Banjarmasin dengan Customer nya tanpa ada janji palsu ataupun paksaan dari pihak manapun dalam transaksi ini.