





	<i>Solution</i>	<p>a. Memberikan alternatif lain serta solusi kepada pelanggan jika produk yang di inginkan <i>out of stock</i>.</p> <p>b. Menjelaskan dengan detail alternatif pilihan yang ditawarkan agar pelanggan dapat menentukan keputusan.</p>
<i>Amānah</i>	Tepat janji	<p>a. Menepati apa yang sudah di iklankan seperti di iklan mempromosikan <i>buy 2 get 1 free</i> maka di butik harus ada atau nyata.</p> <p>b. Menjamin kualitas produk jika di iklan menyebutkan bahan ciffon maka haruslah di butik juga bahan ciffon.</p>
	Tanggung jawab	<p>a. Menyampaikan informasi produk yang dibeli apabila terdapat barang yang cacat agar pelanggan dapat mempertimbangkan keputusan untuk membeli.</p> <p>b. Memfollow up kembali terkait uang pembayaran dan mengembalikan jika uangnya kelebihan.</p>
<i>Tabligh</i>	Komunikatif	<p>a. Humoris, luwes, <i>humble</i> serta dapat membangun suasana kekeluargaan dalam menyampaikan informasi sehingga pelanggan merasa nyaman ketika berkomunikasi.</p> <p>b. Telaten dan sabar dalam menjelaskan informasi produk kepada pelanggan.</p> <p>c. Santun dan ramah dalam menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan produk dan dalam menghadapi pelanggan yang <i>complain</i>.</p> <p>d. Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan sehingga tercipta komunikasi yang baik.</p>
	<i>Relationship</i>	<p>a. Menjalin komunikasi kembali dengan pelanggan dengan mengadakan acara demo hijab atau <i>talkshow</i>.</p>



jika ada dan uang yang diterima dalam setiap melakukan transaksi pembayaran. Selain itu keteraturan iklan atau *posting* secara rutin beberapa produk terbaru atau terdapat *big sale* di sosial media dapat membuat komunikasi pemasaran butik moshaiet menjadi lebih teratur, efektif serta efisien karena pelanggan dapat mengetahui informasi butik moshaiet terbaru.

Untuk penerapan *faṭānah* dalam komunikasi pemasaran butik moshaiet dikemas sedemikian rupa dengan tujuan menarik minat pelanggan agar menggunakan produk moshaiet. Hal ini dapat dilihat pada beberapa foto yang di *posting* dalam sosial media yang jelas mengenai harga, bahan dan stok barang serta memberikan poin atau hadiah kepada konsumen sebagai bentuk dari promosi. Selain mengemas komunikasi pemasaran semenarik mungkin, moshaiet juga membekali *store assistant*-nya dengan berbagai *skill* seperti *public speaking*, *product knowledge* dan *service excellent*. Sehingga para *store assistant* dapat menginformasikan, melayani serta memberikan solusi kepada pelanggan dengan baik dan tepat. Penerapan *faṭānah* ini juga diperkuat dengan mengenai kompetensi dari *store assistant* yang dapat menguasai produk-produk moshaiet yang ditawarkan dan mampu memberikan alternatif lain serta solusi jika pelanggan menemui masalah.

Sedangkan penerapan *amānah* dalam komunikasi pemasaran butik moshaiet Surabaya yaitu senantiasa menjamin kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan. Moshaiet juga selalu berusaha untuk menepati apa yang telah disampaikan atau di iklankan kepada pelanggan. Moshaiet juga akan tetap menyampaikan informasi

produk yang akan dibeli atau ketika melakukan transaksi pembayaran. Pihak moshaiet selalu menyebutkan nominal yang harus dibayar, diskon yang di dapat dan apabila terdapat barang yang cacat. Hal ini dilakukan agar pelanggan dapat mempertimbangkan kembali keputusan untuk membeli. Sehingga pihak moshaiet sudah menjaga dan bertanggungjawab terhadap amanah yang menjadi hak pelanggan.

Kemudian untuk membangun *tabligh* atau komunikasi yang baik dengan pelanggannya moshaiet selalu menyampaikan informasi dengan humoris dan luwes untuk membangun suasana kekeluargaan. Penyampaian informasi kepada pelangganpun dilakukan secara telaten, sabar dan santun jika menghadapi pelanggan yang *complain* serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan. Sehingga para pelanggan merasa nyaman ketika berkomunikasi serta tidak ragu untuk menanyakan hal-hal yang belum dimengerti terkait produk moshaiet. Tidak hanya itu, pihak moshaiet juga sering mengadakan acara dengan *hijabers* Surabaya seperti demo hijab atau *talkshow* hal ini dilakukan agar menjalin silaturahmi dengan pelanggan.

## **B. Analisis Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran Moshaiet**

Suatu produk jika tidak dikenalkan kepada konsumen maka produk tersebut tidak akan diketahui dan tidak akan membawa manfaat bagi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan haruslah melakukan komunikasi pemasaran kepada konsumen agar konsumen dapat mengetahui produk

perusahaan tersebut. Namun, menurut A kadir dalam bukunya Etika Bisnis Islam bahwa dalam melakukan segala aktifitas terutama dalam komunikasi pemasaran ada etika yang mengatur dengan adanya etika dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pada buku Manajemen Pemasaran terdapat tujuh indikator dalam bauran komunikasi pemasaran. Hal itulah juga dilakukan oleh butik mohaict melalui berbagai macam bauran komunikasi pemasaran sebagai berikut:

1. Iklan

Iklan dilakukan oleh butik mohaict sebagai instrumen penyebaran informasi kepada konsumen. Dalam hal ini mohaict sudah menerapkan *shiddiq* atau sesuai dengan etika bisnis Islam dalam mengiklankan yaitu dari isi iklan dan bahasa yang digunakan terhindar dari iklan palsu dan tidak ada yang dilebih-lebihkan. Iklan tersebut disampaikan melalui media cetak seperti majalah dari butik mohaict sendiri, website resmi dan sosial media butik mohaict seperti *instagram, facebook, twitter, group bbm* dan *whatsapp*.

2. Promosi penjualan

Disinilah penerapan *fatānah* dalam komunikasi pemasaran karena dengan menggunakan kecerdasan atau kreatif butik mohaict dapat menarik minat konsumen dengan memberikan promosi penjualan seperti berupa diskon, poin untuk yang menjadi member. Dimana setiap melakukan transaksi akan mendapatkan poin dan poinnya dikumpulkan

agar dapat ditukar dengan *voucher* belanja. Dalam hal ini moshaict selalu memberikan perlakuan yang sama kepada pelanggan baik yang sudah tetap maupun yang baru seperti halnya memberikan hadiah atau diskon tidak hanya kepada pelanggan tetap saja.

### 3. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Pemasaran dengan penjualan pribadi atau tatap muka ini moshaict menerapkan sifat *tabligh*. Sifat *tabligh* itulah yang diterapkan pihak *store assistant* (karyawan butik moshaict) ketika berhubungan langsung dengan konsumen agar dapat mempromosikan, memperkenalkan serta merekomendasikan produk kepada konsumen. Disisi lain moshaict juga menerapkan *amānah* dalam menyampaikan pesan kepada konsumen seperti halnya kualitas produk dan jika terdapat barang yang cacat serta memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan.

### 4. Hubungan masyarakat

Selain melalui periklanan butik moshaict juga melakukan komunikasi pemasaran dalam bentuk *sponsorship* seperti pada lomba *casting online* untuk film *Hijabers in Love*. Tapi sayang butik moshaict hanya sekali ini ikut dalam bagian *sponsorship*. Padahal seperti acara besar *The 2nd Indonesia Hijab Fest'13* yang diadakan di Grandcity Surabaya butik moshaict hanya menitipkan majalahnya saja.

### 5. Acara dan pengalaman khusus

Butik moshaict sering mengadakan acara *hijab class* atau *talkshow* bertema Islami dengan *hijabee* Surabaya maupun dengan pelanggan

