

PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DALAM PENJUALAN BUSANA MUSLIM MENGGUNAKAN METODE RISET MARKETING

Dian Lestari¹⁾, Dr. Tata Sutabri²⁾

^{1), 2)}Sistem Informasi, Fakultas Sains Teknologi,
Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

Email: dianlestarid102@gmail.com¹⁾, Tata.sutabri@gmail.com²⁾

Abstract (English)

Sales of Muslim fashion have become an inseparable component of the rapidly growing global fashion industry, and the role of e-commerce as a sales platform has become increasingly important in supporting growth and market penetration in this sector. This research aims to investigate in depth how e-commerce is utilized in the context of selling Muslim fashion through the application of holistic and detailed marketing research methods. The research methods used include a range of techniques, including surveys to collect quantitative data, interviews to gain qualitative insights, and data analysis to explore emerging patterns and trends. The focus of this research is to understand consumer behavior in purchasing Muslim fashion online, including product preferences, perceptions of brands, and factors that influence their purchasing decisions. Apart from that, this research also aims to explore effective marketing strategies to increase the visibility and attractiveness of Muslim fashion products on e-commerce platforms, such as the use of attractive visual content and collaborative campaigns with influencers. It is hoped that the findings from this research will provide valuable insights for industry players to optimize their sales and strengthen their position in an increasingly competitive market in the Muslim fashion industry

Article History

Submitted: 9 April 2024
Accepted: 18 April 2024
Published: 19 April 2024

Key Words

E-commerce,
E-bussiness,
marketing,
transaction,
electronic,
Teknology

Abstrak (Indonesia)

Penjualan busana muslim telah menjadi komponen yang tak terpisahkan dari industri mode global yang berkembang pesat, dan peran e-commerce sebagai platform penjualan telah menjadi semakin penting dalam mendukung pertumbuhan dan penetrasi pasar dalam sektor ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam bagaimana e-commerce dimanfaatkan dalam konteks penjualan busana muslim melalui penerapan metode riset marketing yang holistik dan terperinci. Metode riset yang digunakan mencakup serangkaian teknik, termasuk survei untuk mengumpulkan data kuantitatif, wawancara untuk mendapatkan wawasan kualitatif, dan analisis data untuk menggali pola dan tren yang muncul. Fokus riset ini adalah untuk memahami perilaku konsumen dalam pembelian busana muslim secara online, termasuk preferensi produk, persepsi terhadap merek, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Selain itu, penelitian

Sejarah Artikel

Submitted: 9 April 2024
Accepted: 18 April 2024
Published: 19 April 2024

Kata Kunci

E-commerce,
E-bussiness, marketing,
transaction, electronic,
Teknology

ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk busana muslim di platform e-commerce, seperti penggunaan konten visual yang menarik dan kampanye kolaborasi dengan influencer. Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku industri untuk mengoptimalkan penjualan mereka dan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif di industri busana muslim.

PENDAHULUAN

Busana muslim telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari panorama industri mode global yang terus berkembang secara pesat di seluruh penjuru dunia. Di tengah arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menggemparkan, e-commerce telah muncul sebagai salah satu instrumen utama bagi produsen dan pengecer untuk memperkenalkan serta menjual produk mereka kepada konsumen. Pemanfaatan e-commerce dalam menjual busana muslim tidak hanya membuka pintu bagi peluang baru dalam perkembangan industri ini, tetapi juga menghadirkan tantangan baru bagi para pelaku industri untuk lebih memahami perilaku konsumen dan menggagas strategi pemasaran yang lebih efektif.

Penelitian yang menggali pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim menjadi langkah yang sangat penting dalam memahami dinamika pasar saat ini dan membantu pelaku industri mempersiapkan diri menghadapi persaingan yang semakin sengit. Dalam konteks ini, metode riset marketing menjadi alat yang sangat berharga untuk menjelajahi preferensi konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, dan strategi pemasaran yang mampu meraih keberhasilan.

Pendekatan riset yang komprehensif yang mencakup berbagai teknik, mulai dari survei, wawancara, hingga analisis data, menjadi kunci untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar busana muslim dan dampak e-commerce terhadap pola konsumsi dan perilaku pembelian. Sementara itu, penerapan metode riset yang tepat juga akan membantu dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku industri dalam memanfaatkan platform e-commerce secara optimal.

Penelitian ini diinisiasi dengan tujuan untuk menjawab serangkaian pertanyaan kunci, termasuk bagaimana konsumen merespons penjualan busana muslim melalui e-commerce, faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan pembelian mereka, dan strategi pemasaran apa yang dapat memberikan dampak paling efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan busana muslim di platform e-commerce.

Melalui pendekatan yang holistik dan metode riset yang cermat, diharapkan penelitian ini akan menjadi kontribusi yang berharga dalam memperkaya pemahaman kita tentang dinamika pasar busana muslim dalam era e-commerce. Lebih dari itu, diharapkan pula dapat memberikan pedoman praktis bagi pelaku industri untuk meningkatkan penjualan mereka dan memperkuat daya saing mereka di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian, Penelitian ini akan menerapkan pendekatan gabungan antara metode kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang holistik tentang

pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim. Pendekatan ini memungkinkan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang perilaku konsumen, preferensi produk, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

◆ **Populasi dan Sampel**, Populasi penelitian ini akan terdiri dari konsumen busana muslim yang aktif berbelanja secara online. Sampel akan dipilih secara acak dari berbagai platform e-commerce yang populer. Kriteria inklusi, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pemahaman teknologi, akan digunakan untuk memastikan representasi yang seimbang dari populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Survei Online, Survei akan dilakukan melalui platform online kepada responden yang memenuhi kriteria inklusi. Survei akan mencakup pertanyaan yang dirancang untuk mengeksplorasi perilaku belanja online, preferensi produk, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

Wawancara, Wawancara mendalam akan dilakukan dengan sejumlah responden yang dipilih secara sengaja untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang motivasi, kebutuhan, dan preferensi mereka dalam berbelanja busana muslim secara online.

Analisis Data Sekunder, Data sekunder, seperti data penjualan dan tren pasar dari platform e-commerce yang relevan, akan dianalisis untuk melengkapi pemahaman tentang pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim.

Analisis Data, Data survei akan dianalisis menggunakan berbagai teknik statistik deskriptif dan inferensial untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan tren dalam perilaku konsumen. Data kualitatif dari wawancara akan dianalisis secara tematik untuk menggali tema utama dan pemahaman yang lebih mendalam tentang motivasi dan preferensi konsumen. Data sekunder akan dianalisis untuk melacak tren penjualan dan pola pembelian busana muslim secara online.

Validitas dan Reliabilitas, Validitas penelitian akan dijaga melalui desain penelitian yang cermat dan penggunaan instrumen yang valid untuk pengumpulan data. Reliabilitas akan diperhatikan dengan memastikan konsistensi dalam pengumpulan dan analisis data, serta melakukan verifikasi data melalui triangulasi antara berbagai sumber dan metode pengumpulan data.

Etika Penelitian, Prinsip-prinsip etika penelitian akan diperhatikan dengan memastikan privasi dan anonimitas responden. Partisipan akan diminta untuk memberikan persetujuan sebelum berpartisipasi dalam penelitian, dan data akan disimpan secara aman dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Dengan mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif serta menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku industri untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif di platform e-commerce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumen dalam Penjualan Busana Muslim melalui E-commerce:

- Berdasarkan hasil analisis survei, mayoritas konsumen busana muslim lebih memilih untuk melakukan pembelian secara online karena faktor kenyamanan, aksesibilitas, dan variasi produk yang lebih luas yang ditawarkan oleh platform e-commerce. Ini menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi kanal yang sangat penting

dalam memenuhi kebutuhan konsumen dalam industri busana muslim.

- Meskipun demikian, masih ada sebagian konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja secara langsung di toko fisik karena mereka ingin mencoba langsung produk sebelum membeli, memiliki kekhawatiran tentang kualitas dan ukuran, atau memiliki preferensi terhadap pengalaman belanja yang lebih tradisional.

Preferensi Produk dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian:

- Hasil analisis data kualitatif dari wawancara menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, harga yang bersaing, dan kepercayaan terhadap merek memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian konsumen dalam busana muslim melalui e-commerce. Konsumen juga menekankan pentingnya variasi produk yang luas dan kesesuaian dengan tren mode terkini.

- Selain itu, faktor-faktor seperti kebijakan pengembalian yang fleksibel, ulasan pelanggan, dan promosi atau diskon juga memiliki pengaruh yang besar dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Strategi Pemasaran yang Efektif:

- Berdasarkan hasil analisis, strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan busana muslim melalui e-commerce termasuk fokus pada peningkatan kualitas produk, menawarkan harga yang kompetitif, dan membangun kepercayaan konsumen melalui layanan pelanggan yang baik dan kebijakan pengembalian yang jelas.

- Kolaborasi dengan influencer atau selebritas yang memiliki pengaruh besar dalam komunitas muslim, serta penggunaan konten visual yang menarik dan inspiratif, juga dianggap sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di platform e-commerce.

Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Data:

- Data sekunder yang dianalisis memberikan wawasan yang berharga tentang tren penjualan dan preferensi konsumen. Hal ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Misalnya, dengan menganalisis pola pembelian dan preferensi produk tertentu, produsen dan pengecer dapat menyusun strategi promosi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Implikasi dan Rekomendasi:

- Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan bagi pelaku industri busana muslim untuk terus meningkatkan kehadiran dan aktivitas mereka di platform e-commerce. Hal ini dapat dilakukan dengan fokus pada peningkatan kualitas produk, menawarkan harga yang bersaing, dan menerapkan pemasaran yang cerdas dan terukur.

- Penggunaan data sebagai dasar untuk pengembangan strategi pemasaran juga dianggap sangat penting untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi upaya pemasaran di platform e-commerce.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang berharga bagi pemahaman tentang pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim. Selain itu, juga memberikan panduan praktis bagi pelaku industri untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim telah menjadi fenomena yang semakin dominan dalam industri fashion global. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, platform e-commerce memberikan peluang baru bagi produsen dan pengecer untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif kepada konsumen. Melalui penerapan metode riset marketing yang komprehensif, penelitian ini berhasil menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar busana muslim dalam konteks e-commerce. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemahaman tentang pemanfaatan e-commerce dalam penjualan busana muslim. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjadi panduan praktis bagi pelaku industri untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif ini.

DAFTAR PUSTAKA

- FS Nafsiah. 2023. "Penerapan Digital Marketing pada E-commerce dan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk PT Behaestex"
- Y Yoestini. 2021. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce, dalam Salah Satu Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Penjualan di Perusahaan Hijup. com"
- W Putri. 2022. "Pemanfaatan E-Commerce Dan Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Mikro Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Keripik Pisang Di Gang"