BAB III

KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN PRODUK SYAR'I SECARA *ONLINE* DI *ALL COLLECTION SHOP* SEDATI SIDOARJO

A. Profil Perusahaan

1. Sejarah *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo

Saat kita ingin mendapatkan hal yang lebih besar, maka mulailah sesuatu dari hal yang kecil. Itu yang diungkapkan oleh Nurlailiyah sebagai pemilik *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo. Ia mengungkapkan dari kebiasaan yang tidak disangka akan mendapatkan keuntungan. Berawal dari gemar berbelanja pakaian, sehingga ketika menemukan pakaian yang bagus kualitasnya, ia potret dan ia simpan di dalam kamera, kemudian mengunggah ke sosial media tepatnya *facebook.com* yaitu sebuah situs yang banyak dikunjungi kalangan masyarakat untuk saat ini yang berada pada posisi ke dua setelah *google.com*[1]. Seperti yang diketahui tak hanya 1-2 orang saja yang memanfaatkannya, beratus bahkan ribuan pengguna juga menjadikannya lahan bisnis.

Berawal dari kebiasaan itu lah, beberapa teman sosial media menanyakan bahkan tertarik untuk membelinya dan dari pengalaman tersebut berdirilah sebuah *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *online shop* yang dirintis mulai dari

[1] *Facebook* adalah media *online* yang paling banyak dikunjungi dalam http//www.*romelteamedia.com/*2015/02/top-10-situs-berita-paling-populer.html diakses pada 5 agustus 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 2014[2], dengan pemiliknya Nurlailiyah dengan anggota yang masih belum banyak karena perusahaan ini saat ini masih memperkenalkan pada teman-teman yang cukup dikenal saja.

Seperti pada umumnya, *online shop* ini juga memiliki konsumen. Dalam hal ini konsumen tidak berada pada wilayah kota Sidoarjo saja, akan tetapi ada yang berada di luar kota walaupun masih belum seberapa. Seperti yang sudah disebutkan diatas ada yang dari kota Bogor dan kota Jakarta.

All Collection Shop Sedati Sidoarjo, tentunya membutuhkan *supplier* yaitu orang yang menyediakan produknya untuk kelangsungan hidup *online shop* tersebut. *Supplier* yang di jadikan referensi persediaan barang dagangannya pun beragam mulai dari Surabaya, Lamongan, Jakarta, Kudus, dan Pekalongan.

2. **Profil Pemilik Usaha**

All Collection Shop berdiri atas rintisan Nurlailiyah yaitu seorang yang mencoba keberuntungannya di *online* shop. Beliau ini merupakan seorang yang aktif meng-*upload* produk yang dijualnya di dunia maya tepatnya di *facebook.com*.yang di*upload* juga beraneka ragam dari mulai hanya status hingga produk yang didapatkan dari *supplier* untuk dipasarkan di jejaring sosial *facebook* nya.

Tempat penelitian ini terletak pada situs jejaring sosial facebook akun Nurlailiyah AR yang berkediaman di Jalan Raden Patah I/10 RT 9

[2] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 21 juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

RW 3 Kwangsan Sedati Sidoarjo. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pada pertimbangan lokasi penelitian dekat dengan peneliti, sehingga peneliti bisa sering datang dan dapat mengetahui dengan jelas tentang kegiatan yang sebenarnya terjadi, yang nantinya bisa diharapkan memperoleh data yang valid.

Di sini pemilik sebagai *seller* yaitu menjual kembali pada konsumen dan bekerja sama dengan *supplier* untuk mendapatkan harga yang terjangkau. Sehingga *supplier* mampu menyediakan produk yang sesuai keinginan penjual.[3]

Nama perusahaan diambil dari kata *All Collection* yang berarti gabungan dari nama penjual dan rekan kerjanya (Andika *Love* Lia) dan dalam bahasa inggris yang berarti semua koleksi, hal ini dimaksudkan semua koleksi yang dimiliki Nurlailiyah menjadi bahan *upload* yang dijual didalam media *online* miliknya

Seperti yang sudah marak terjadi, penipuan kerap kali dilakukan oleh siapa saja yang menginginkan hal itu, dan sangat merugikan bagi siapapun yang terlibat di dalamnya, entah pemilik maupun pelaku. Berdasarkan hal tersebut, kemudian seharusnya terdapat prinsip kepercayaan dimana, kepercayaan konsumen digunakan agar kelangsungan hidup usaha berjalan.

[3] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 21 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Aneka Ragam produk

Berbagai jenis produk yang dijualnya yaitu *fashion* dan makanan.[4] *Fashion* tersebut di antaranya meliputi pakaian, jam tangan, sepatu, dan produk kecantikan.

Pakaian yang tersedia juga bermacam-macam seperti *long dress* dan kaos dengan berbagai motif dan dari berbagai merek seperti *Chanel,* Aishara, *Queen molla*, Azzahra Syar'i, Atmarini Syar'i, Laverina Syar'i, Adeeva Syar'i, Rhima Syar'i, Hanna, *Eve, Star Red*, Rasita Batik, *Jodha, Frozen Kids*, GD Talita. Di antaranya ada yang motif bunga-bunga, arsiran gambar macan, dan batik[5]. Baju koko dengan berbagai motif pula, bahan dari katun *dolby*, dan harga yang dipatok terjangkau antara Rp.100.000 -200.000., akan tetapi untuk baju koko, jarang ada pemasaran di *online shop* tersebut, dikarenakan jarang ada peminat laki-laki yang tertarik dengan produk tersebut. Salah satu anggota tersebut berpendapat sempat ingin membeli, namun terjadi pembatalan transaksi tersebut dikarenakan ukurannya yang kurang sesuai.[6]

Selain produk seperti *long dress* dan baju koko, *Online shop* ini juga menyediakan jam tangan dari merek *Aigne*, adalah produk yang baru dipasarkan melalui media *All Collection Shop* di *Facebook Group* yaitu satu set jam tangan dengan 41 tali seharga Rp 220.000, dan merek

---

[4] Nurlailiyah, *Seller*, *Wawancara*, Sidoarjo, 7 Juni 2015.
[5] Koleksi Foto *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo dalam "https://www.*facebook.com/photo*.php? fbid=1618738871703814&*set*=o.1600833296822466&*type*=3&*theater*", diakses pada 27 Agustus 2015.
[6] Yuslam Fahmi, *Member*, *Wawancara*, Sidoarjo, 24 Agustus 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dari *Tetonis* adalah jam tangan untuk konsumen laki-laki dan dapat digunakan untuk renang karena jam tangan tersebut anti air.

Produk *fashion* yang lain yaitu sepatu dari merek *lucky six*, berbahan *gliter* fanta, dan *size* 36-40 yang di pasarkan dengan harga Rp 100.000.

Selain menjual produk *fashion, All Collection Shop* Sedati juga memasarkan produk kecantikan seperti:

PSD (Paket Susu Domba) harga Rp 105.000, dengan fungsi sebagai perawatan tubuh.

Glutacol serum memutihkan wajah dan mencerahkan wajah harga Rp 195.000 *netto* 20ml. *Glutacol cream day+night* menjaga wajah anda agar tetap bersinar sepanjang hari *netto* 30gr seharga Rp 200.000.

Fair and Pink 25gr berguna untuk menghilangkan jerawat di wajah, dan harga yang dipasarkan Rp 195.000.

Repellent Acne dalam kemasan 70ml, 1 paket isi obat jerawat dan *soap* harga Rp 135.000/paket.

Produk yang lain adalah makanan. Makanan yang dipasarkan adalah makanan ringan seperti paket lebaran yang tersedia pada saat bulan ramadhan, rujak cireng dan pisang lumer dengan berbagai varian rasa misalnya: keju, *blueberry, strawberry,* dan coklat yang dipasarkan dengan harga Rp 20.000.

Keunggulan dari produk yang dipasarkan yaitu ramah di kantong dalam artian harga yang dipatok murah dan terjangkau serta gambar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dipasarkan sama dengan *real picture* (gambar yang sesuai dengan keadaan yang asli). Terdapat potongan harga apabila konsumen membeli 2 produk serta memberikan hadiah yang rata-rata berupa *Hand and Body Lotion.*[7]

4. **Alur dan Mekanisme pelayanan *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo**

Langkah awal dalam mempromosikan suatu produk di *online shop* adalah meng*upload* seluruh produk yang telah ada di rumahnya. Hal itu dilakukan oleh *All Collection Shop* Sedati untuk menarik para konsumen agar *order* atas produk-produk yang telah di*upload*. Seiring waktu berjalan, ada satu konsumen yang mulai bertanya atas unggahan tersebut. Kadang-kadang bertanya tentang bahan, kualitas, dan harga. Hal itu tak menjadikan pemilik risih untuk tidak menjawab pertanyaan dari konsumen. Oleh sebab itu, pemilik menanggapi dengan *fast respon*. Apabila kesepakatan sudah tercapai, penjual dan pembeli mengatur jadwal bertemu atau pengiriman produk tersebut via pengiriman maupun *COD* (bertemu di suatu tempat). Sebelum barang sampai pada konsumen, Nurlailiyah menginginkan konsumen membayar 50% sebagai uang awal. Apabila terjadi ketidaksesuaian, *stock* habis, maupun keterlambatan pengiriman, *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo memiliki opsi antara dibatalkan, dikembalikan uangnya ataupun diganti dengan barang yang baru. Jika konsumen luar kota, pengiriman produknya

[7] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 22 Oktober 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui JNE, maka pembayaran transaksi tersebut melalui transfer di ATM.

Dalam pemasaran media *online*, hal yang paling utama diperhatikan konsumen adalah desain penjualan yang menarik. Untuk itu pemilik membuat desain sederhana namun mampu menarik para konsumen. Cukup dengan membuat *website*, dan mengunggah semua produk, termasuk semua stok produk yang di gudang dalam hal ini adalah di rumahnya, lalu di pasarkan via media *online*.[8]

Dalam aplikasi penjualan produk, *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo melakukan dengan media *online* berupa *facebook.com,* dalam hal ini, aplikasinya berupa unggahan produk di group *facebook.com* yang anggotanya kurang lebih ada 270 anggota. Jadi setiap pemilik mengunggah produk, berarti ada sekitar 270 orang yang melihat dan hanya ada beberapa yang mengungkapkan komentarnya. Setiap komentar yang diutarakan di tanggapi dengan *fast respon* yaitu menanggapi dengan cepat.

[8] Nurlailiyah, *Seller, Wawancara*, Sidoarjo, 21 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Tampilan *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo

Berikut adalah tampilan *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo

Gambar 3.1
Tampilan *All Collection Shop Sedati* Sidoarjo Dalam *Group Facebook*

B. Hasil Penelitian

1. Kepercayaan Konsumen Pada Pembelian Produk Syar'I Secara *Online* di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo

a. Kepercayaan konsumen terhadap *Online Shop*

Pemasaran *online shop* melalui media *online*, komponen kepercayaan tersebut kuat untuk menentukan keputusan pembelian. Di media *online* hanya tertera informasi produk, harga, dan spesifikasi-spesifikasi yang mendukung. Hanya dengan informasi yang terbatas, berbeda dengan apabila berbelanja secara langsung,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kosumen dapat menyentuh produk dan bertanya maupun dengan negosiasi harga untuk menentukan harga terakhir yang akan disepakati oleh penjual maupun konsumen. Seperti pendapat yang diungkapkan oleh Yuli sebagai berikut: [9]

> *"Kepercayaan pada online shop , kalau menurut saya itu 50:50, kadang percaya, kadang tidak, hal itu saya pertimbangkan dengan relasi, percaya kalau sudah kenal penjual nya, tapi terkadang masih was-was. All Collection Shop sendiri itu teman saya yang jual, dia kenal saya sudah lama. saya percaya karena produknya bisa saya ambil sendiri di rumahnya"*

Ini adalah pendapat dengan artian membedakan *online shop* secara umum dan *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo yang diungkap oleh Fitri sebagai berikut: [10]

> *"Percaya, tetapi juga harus hati-hati. Kalau belanja di online shop terkadang apa yang dibeli bahannya tidak sesuai dengan kenyataan. Tapi selama saya transaksi di All Collection Shop Sedati Sidoarjo, saya percaya, dari melihat testimoni-testimoni yang ada, saya mulai tertarik.*

Terdapat konsumen yang peneliti menemukan bahwa ia tak hanya berpedoman pada unggahan, ia juga bertanya kepada konsumen lain yang pernah bertransaksi di *All Collection Shop* tersebut. Hal ini dikarenakan banyaknya penipuan yang terjadi pada jual beli secara *online*. Berikut paparannya yang diungkap oleh Wigati, salah satu konsumen *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo.

> "*Saya awalnya kurang percaya, karena toko online nya kurang dikenal, setelah saya menelusuri lewat teman-teman saya, akhirnya saya percaya"*[11]

---

[9] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 21 Juli 2015.
[10] Fitri, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 30 Juli 2015.
[11] Wigati, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 30 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rini, salah satu konsumen yang mengungkapkan atas kepercayaannya secara umum adalah sebagai berikut:[12]

> "*Percaya aja mbak, karena juga aku beli di online yang aku kenal orang nya jadi, aku gak pernah ngambil barang lewat JNE gitu jadi langsung ke rumah mbak nurlailiyah itu mbak. Jadi, dari situ aku percaya sama online shop".*

b. Kepercayaan Konsumen *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo

Seringkali konsumen lebih minat belanja di pasar langsung daripada secara *online*, karena dapat mengetahui kualitas produk yang ada. Akan tetapi tak jarang juga konsumen yang minat belanja di *online shop* khususnya *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo yang didasarkan pada:

1) Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo.

Produk produk yang dijual oleh *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo memiliki berbagai macam varian dan model dari mulai baju, seperti baju *dress code*, baju koko, jaket, selain baju ada juga produk kecantikan, dan makanan.

Berikut beberapa pendapat mengenai kepercayaan terhadap produk *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo oleh konsumen yang telah ditemui oleh peneliti. Seperti yang di ungkap oleh Yuli, salah seorang konsumen yang berada di daerah Sedati Sidoarjo adalah sebagai berikut:

[12] Rini, Konsumen, *Chatting*, Sidoarjo, 21 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Limited / eksklusif, di mana produk tersebut stok nya terbatas, hanya ada beberapa saja, meski produk tersebut diminati banyak konsumen".[13]

Seperti pernyataanya sebagai berikut yang di utarakan oleh Rini, salah seorang konsumen yang berdomisili di Sidoarjo: [14]

"Dengan kualitas yang bagus serta diimbangi dengan harga yang seimbang"

Juga diungkap oleh Fitri sebagai salah satu konsumen sebagai berikut: [15]

"Terkadang membutuhkan sesuatu yang lebih dalam pesta, ketika saya melihat posting All Collection Shop, saya tertarik untuk membeli, dan pada saat pesta, saya memakai baju tersebut dan hasilnya sesuai dengan ukuran saya".

Apabila konsumen membeli dua produk di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo, maka akan di berikan potongan harga dan berupa *Hand and Body Lotion*, hal ini di ungkap oleh Nur Lailiyah sebagai berikut:[16]

"Strategi yang digunakan adalah memotong harga dan selalu memberikan hadiah, hadiahnya paling sering adalah Hand and Body Lotion"

Berikut pendapat konsumen yang sudah mendapatkan hadiah dari *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo yang diungkap oleh Yuli: [17]

"Saya membeli 2 produk dan saya mendapatkan hadiah dari All Collection Shop Sedati Sidoarjo berupa hand body lotion."

---

[13] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo 25 Juli 2015
[14] Rini, Konsumen, Chatting, Sidoarjo, 25 Agustus 2015.
[15] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 22 Oktober 2015.
[16] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 22 Oktober 2015.
[17] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 22 Oktober 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan pendapat di atas, Hal tersebutlah yang menjadi unsur menarik untuk konsumen membeli di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo.

2) Kepercayaan Konsumen Terhadap Iklan *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo.

All Collection Shop Sedati Sidoarjo yang merupakan *Online Shop,* dan *online Shop* tidak terlepas dari iklan yang sangat berguna untuk memasarkan produk-produk berikut adalah tampilan iklan yang di tulis oleh Nur Lailiyah selaku penjual:

Ada juga unggahan seperti di bawah ini:

"Hay Guys..
Mau Shopping
Tapi lagi panas? Hujan?
Takut item? Atau lagi sakit?
Hayuk lihat album all collection shop
Menjual baju baju wanita dan pria

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanpa harus keluar rumah dan tanpa harus takut item
Lihat albumnya-suka langsung komentar-cek stok-ada-langsung transfer dan barang langsung di kirim
Kalau sudah ready
Mudah dan Terpercaya.
All Collection Shop No tipu-tipu
Dapatkan potongan harga dan hadiahnya di setiap pembelian barangnya"

Iklan yang ditampilkan disini berupa kata-kata ajakan untuk membeli yang diselipkan dengan kejujuran misalnya dalam kata "*No tipu-tipu*". Bahasa iklan yang digunakan secara implisit ini membuat konsumen dibuat penasaran. Seperti yang di ungkap oleh Yuli sebagai berikut:[18]

> "*Iklan yang di tampilkan itu ada kata yang bikin penasaran, seperti no tipu tipu"*

All Collection Shop Sedati Sidoarjo merupakan *online shop* yang masih berjalan satu tahun tersebut tidak luput dari pencarian konsumen baru, hingga yang mencari alamat rumah pemilik tersebut pernah di alami[19]. Karena takut akan sebuah hal modus maupun penipuan. Seperti pendapat Nurlailiyah sebagai berikut:

> "*Kadang konsumen ada yang tanya-tanya ke orang yang pernah beli di shop kita bisa dipercaya atau tidak".*

[18] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 21 Oktober 2015.
[19] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 21 Oktober 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Kepercayaan Konsumen Terhadap Pelayanan *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo.

All Collection Shop Sedati Sidoarjo juga menerapkan pelayanan dalam melayani setiap permintaan konsumen atau hanya pertanyaan yang di utarakan.[20]

Beberapa pendapat yang diungkapkan oleh konsumen. Berikut adalah pendapat yang diungkap oleh Rini:[21]

> "*Pelayanannya enak kok mbak, dan sepertinya admin itu selalu stand by mbak, jadi setiap aku komen gitu langsung ada balasan. Dan dijelaskan mbak, ini barangnya PO/ ready terus bahannya gini, ukurannya segini, gitu mbak cumin terkadang yang tidak sesuai itu warna dari barang itu sendiri mbak, dan kebanyakan 70% tidak sama dengan gambar".*

Fitri juga berpendapat sebagai berikut: [22]

> "*All Collection Shop Sedati Sidoarjo memiliki pelayanan yang prima, di mana para konsumen ketika bertanya mengenai postingan di fanpage All Collection Shop Sedati Sidoarjo ditanggapi dengan fast respon".*

Pendapat dari Yuli sebagai berikut: [23]

> *"Pelayanannya enak kok mbak, karena aku kenal mbak Nur Lailiyah, jadi kalau aku tanya langsung dijawab, pernah juga aku cuma tanya aja, ga jadi beli, juga di jawab dengan tanggap".*

Pendapat di atas merupakan kepuasan konsumen atas sikap pemilik *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo dalam menanggapi pertanyaannya meski kadang belum sampai membeli.

---

[20] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 25 Juli 2015.
[21] Rini, Konsumen, Chatting, Sidoarjo, 21 Oktober 2015.
[22] Fitri, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 25 Juli 2015.
[23] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 22 Oktober 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Kepercayaan Konsumen Terhadap Testimoni.

Testimoni yaitu pernyataan dari konsumen-konsumen sebelumnya. Apabila tidak terdapat testimoni kebanyakan konsumen meragukan produk tersebut. Seperti yang diungkap Fitri berikut ini:[24]

> *"Kalau beli di All Collection Shop Sedati Sidoarjo itu ada testimoninya, dan nyata hasilnya memuaskan"*

Berikut testimoni yang telah didapat peneliti *di All Collection Shop* Sedati Sidoarjo:

Gambar Testimoni *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo

[24] Fitri, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 30 Juli 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. **Upaya Membangun Kepercayaan konsumen Pada Pembelian Produk Syar'i Secara Online di *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo**

a. **Membangun Kepercayaan Konsumen**

Ketika seseorang memutuskan untuk memiliki perusahaan maka, komponen yang penting adalah menjaga kepercayaan konsumen, dimana kepercayaan konsumen akan membantu kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Di antara upaya membangun kepercayaan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Kejujuran

All Collection Shop menampilkan produk-produknya secara *real picture* yaitu keadaan dalam unggahan gambar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. *All Collection Shop* juga memberikan infomasi secara rinci mengenai produk yang diposting dalam media online tersebut. Seperti hal nya yang di ungkap oleh Nurlailiyah:[25]

> *"Saya mempostingnya sesuai real picture artinya sesuai dengan keadaan yang ada"*

2) Ketepatan Waktu Pengiriman Produk dan Memberikan Jaminan

Ketika konsumen telah memutuskan untuk membeli produk dari *All Collection Shop* Sedati, maka pedagang *online shop* memberikan kepercayaan konsumen yaitu dengan ketepatan pengiriman produk dengan perjanjian yang sebelumnya dilakukan. Bekerja sama dengan JNE, Pos, dan Tiki Sedati produk tersebut

[25] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 21 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

agar dikirimkan kepada pembeli. Hal tersebut berlaku pada konsumen luar kota yang telah disebutkan oleh Nurlailiyah[26]:

> *"Konsumen saya ada yang berada di Bandung, Bogor, Jakarta. Pengirimannya tergantung dari konsumen, All Collection Shop hanya menyediakan tiga fasilitas pengiriman, yaitu JNE, Tiki, dan Pos. Apabila sudah diterima konsumen, saya mengharapkan konsumen untuk menghubungi saya"*

Setiap keputusan pembelian via media *online* biasanya masih terdapat ketidaksesuaian produk, maupun keterlambatan pengiriman pada konsumen, akan tetapi itu semua mampu diatasi. Berdasarkan permasalahan tersebut, Nurlailiyah menegaskan sebagai berikut: [27]

> *"Jaminan ini diberikan apabila kesepakatan yang terjadi antara pembeli dan penjual sebelumnya diterapkan. Untuk itu apabila barang yang tak sesuai, terdapat jaminan retur yaitu pengembalian barang oleh pembeli kepada penjual untuk disepakati mengganti dengan produk baru lagi atau pembatalan atas transaksi. Kalaupun produk sampai hilang dan itu terjadi di tempat pengiriman, maka pihak pengiriman yang bertanggung jawab mengganti nominal produk.*

3) Menjaga Kualitas Produk

Konsumen biasanya lebih tertarik order sesuatu yang selalu baru dan menarik.[28] Oleh sebab itu kualitas produk harus diutamakan guna untuk membangun kepercayaan konsumen. Berikut pendapat oleh Nurlailiyah: [29]

---

[26] Nurlailiyah, *Seller,* Wawancara, Sidoarjo, 21 Oktober 2015.
[27] Nurlailiyah, *Seller,* Wawancara, Sidoarjo, 21 Oktober 2015.
[28] Yuli, Konsumen, Wawancara, Sidoarjo, 30 Juli 2015
[29] Nurlailiyah, *Seller,* Wawancara, Sidoarjo, 21 Oktober 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "*Dengan menjaga kualitas produk kita, kalau memang produk kita kualitasnya baik, harga juga sesuai buat mereka, mereka tak mungkin lari".*

4) Memberikan Izin Menjadi *Reseller* (Menjual Kembali Produk).

Izin tersebut digunakan kepada para konsumen yang ingin menjadi *reseller* dan akan diberikan harga khusus. Hal ini diungkap oleh Nurlailiyah sebagai berikut: [30]

> *"Keuntungan reseller di sini adalah mendapatkan harga khusus dari setiap produknya.*

5) *Fast Respon* (Pelayanan Cepat)

Dalam memberikan pelayanan, Nurlailiyah mengungkapkan sebagai berikut:

> "*Berbagai macam karakter seorang konsumen online, dari mulai bertanya hingga fix, ataupun hanya sekedar bertanya dan tidak ada kepastian membeli itu, ada juga yang harus yakin dengan meminta penjual untuk mengirimkan real pict pada konsumen, semua itu harus dilayani dengan sebaik-baiknya dan cepat tanggap. Karena ada calon pembeli dan tidak jadi membeli hanya karena slow respon dari penjual.*"[31]

6) COD (*Cash On Delivery)* dan Harga yang Terjangkau

Cara ini cukup ampuh untuk membangun kepercayaan konsumen, penjual dan calon pembeli sepakat mengadakan pertemuan serta menunjukkan produk yang akan di *order*, dari hal tersebut lah pembeli mengetahui kualitas produk dan kesesuaian dengan keinginan pembeli. Serta harga yang di pasarkan murah,

---

[30] Andika, Rekan kerja, Wawancara, Sidoarjo, 20 Juli 2015.
[31] Nurlailiyah, *Seller*, Wawancara, Sidoarjo, 21 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat sesuai dengan isi kantong. Seperti pendapat Nurlailiyah sebagai berikut:

> *" Kalau deket bisa COD dan jarang ada yang tidak jadi membeli ketika COD berlangsung, harganya murah, dan terjangkau oleh semua kalangan"*

Akan tetapi, upaya tersebut diperuntukkan hanya konsumen yang berada di daerah yang masih dalam wilayah *All Collection Shop* Sedati yaitu di daerah kota Sidoarjo. Jika konsumen tersebut berada dalam wilayah luar kota, *All Collection Shop* Sedati cukup melihat komentar-komentar dari sebuah postingan produk *online shop* tersebut, dan tak jarang Nurlailiyah memberikan alamat lengkap rumah nya yang terdapat banyak produk yang dijualnya. Seperti ungkapannya di bawah ini: [32]

> "*Kalau memang gak percaya, kita bisa ngasih alamat kita kalo memang kita membohongi, kita minta dp alias uang awal sampai barang dating, setelah barang datang kita minta di lunasi kalau tidak uang dp di anggap hangus"*
> *"Jika konsumen luar kota, pengiriman produknya melalui JNE, Tiki,dan POS, sesuai kesepakatan yang terjadi kalau soal via pengiriman, dan pembayaran transaksi tersebut melalui transfer di ATM. Paling jauh kirim ke Jawa Barat dan pernah ke Jakarta juga"*

[32]Nurlailiyah, *Seller,* Wawancara, Sidoarjo, 21 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id