

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Profil Perusahaan

##### 1. Mazaara

###### a. Latar Belakang

Mazaara adalah sebuah toko *online* yang didirikan oleh Meylisa Zaara sejak tahun 2016. Namun toko *online* tersebut Mazaara sebenarnya sudah terbentuk sejak tahun 2014 yang beroperasi di media sosial *online*. Motif didirikan toko tersebut adalah karena pemilik butik yang suka dengan kebutuhan fashion busana muslim *trendy* dan juga suka dengan bisnis dagang, apalagi zaman sekarang semua serba *online*. Jadi Meylisa Zaara ingin memanfaatkan peluang bisnis dagang baju muslim *trendy* melalui aplikasi *online*. Adapun tujuan didirikannya brand Mazaara tersebut adalah Mazaara ingin memperkenalkan dan mengajak memakai busana muslim tetapi dengan model yang kekinian dan *trendy*, sehingga diharapkan banyak wanita yang berpakaian tertutup dengan busana muslim yang modern.

Kemudian seiring berjalannya waktu dari tahun 2014 sampai 2016 Mazaara memiliki perkembangan yang sangat pesat karena produknya banyak disukai oleh para konsumen, sehingga tahun 2016 Meylisa zaara mampu mendirikan toko *offline*-nya

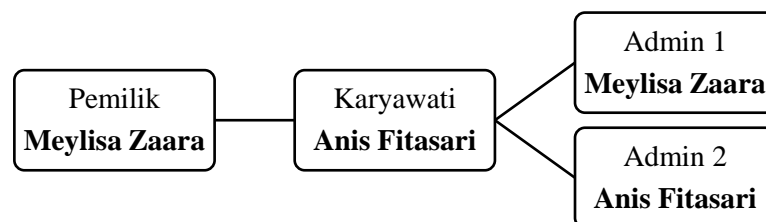
sebagai galeri busana muslim modern di Jalan Ki Hajar Dewantara No. 9b, Beji, Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Di toko tersebut Mazaara menyediakan bermacam-macam baju muslim wanita dan aneka hijab yang selalu *up to date*. Selain itu mazaara juga menjual berbagai aneka aksesoris wanita sebagai pelengkap penampilan dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus.

b. Visi Misi Mazaara

Visi dari Mazaara yaitu: Tampil cantik dengan berbusana muslim sesuai syariat Islam

Misi dari Mazaara yaitu: Memperkenalkan busana muslimah modern dan mengajak wanita untuk berbusana muslimah tetapi tetap tampil trendy dan selalu mengikuti perkembangan model baju masa kini.

c. Struktur Organisasi Butik Mazaara



## 2. Saga Butik

a. Latar belakang

Brand Saga Butik didirikan oleh Amelia Saga sejak tahun 2009. Tetapi sebelumnya Amelia Saga sudah membuka jasa desain baju dan jasa jahit untuk merealisasikan hobi dan keterampilannya, sehingga dengan motif tersebut Amelia Saga menciptakan sebuah

brand Saga Butik. Adapun tujuan didirikannya Saga Butik adalah ingin memperkenalkan brand Saga Butik dengan desain produk yang berkualitas. Perkembangan Amelia Saga cukup signifikan dari tahun ke tahun, dimulai dari membuka pesanan desain dan jahitan baju sejak SMK dan Kuliah di jurusan tata busana. Seiring berjalannya waktu Amelia Saga merasa jahitannya perlu di-*display* agar banyak orang yang semakin tahu Saga Butik. Sehingga selama kuliah di Surabaya Amelia Saga membuka butik kecil pertamanya di Royal Plaza pada tahun 2010 sampai 2011. Setelah lulus kuliah Amelia Saga kembali ke kampung halamannya di Tulungagung dan membuka lagi butiknya di rumah orang tuanya pada tahun 2013 sampai tahun 2016. Karena ada kenaikan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun akhirnya tahun 2016 Amelia Saga mendirikan butik yang sekarang berlokasi di Tunggangri. Lokasi tersebut dipilih karena Amelia Saga ingin memanfaatkan lahan kosong milik orang tuanya untuk dibangun rumah dan butik sebagai usahanya sendiri. Di situ Amelia Saga memulai lagi dari awal dengan lokasi yang baru, orang baru, dan suasana yang baru. Namun orderan jahit dan desain baju tetap berjalan bahkan banyak sekali pelanggannya yang dari luar kota dan luar negeri yang setia dengan Saga Butik.

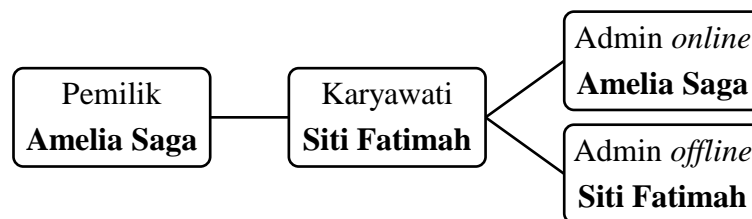
b. Visi dan Misi Saga Butik

Visi dari Saga Butik yaitu:

- 1) Memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan keinginan konsumen
- 2) Menciptakan *brand* produk sendiri, dan
- 3) Mensyiarkan busana muslim yang baik dan benar sesuai syariat Islam

Misi dari Saga Butik yaitu:

- 1) Memberikan pelayanan yang baik
  - 2) Memberikan produk yang berkualitas demi kepuasan pelanggan, dan
  - 3) Menciptakan produk busana muslim modern tapi tetap syar'i.
- c. Struktur Organisasi Saga Butik



### 3. Chacha Moslem Collection

#### a. Latar belakang

Chacha Moslem Collection adalah sebuah butik yang berlokasi di Jl. Mayor Sujadi 55 Tulungagung. Butik ketiganya ini didirikan oleh Galuh Rahmawati tahun 2016, namun sebenarnya sudah dari tahun 2006 butik pertamanya berdiri di Gondang tepatnya di rumahnya sendiri. Karena alasan kurang strategis dan terbatas peminatnya maka Galuh Rahmawati mencoba membuka butik ke

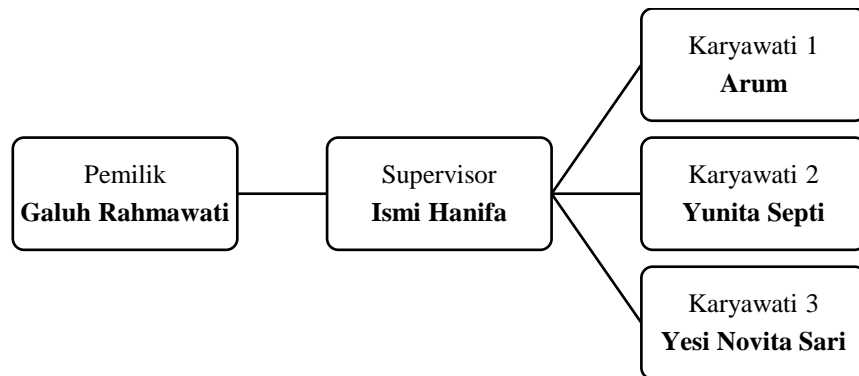
duanya yang berdiri tahun 2010 di Kalangbret yang sekarang sudah dipindah ke Jl. Mayor Sujadi 55 Tulungagung, karena alasan kurang strategis dan sebagainya. Di lokasi yang sekarang menurut Galuh Rahmawati mengalami kenaikan yang sangat signifikan dan merasakan pilihan lokasi butiknya sangat tepat sekali. Galuh Rahmawati sejak sekolah anak-anak sampai kuliah tahun 1999 memang sudah menyukai desain baju-baju dan menggambar baju-baju, dengan motif tersebut akhirnya berkeinginan mendirikan butik yang berisi baju-baju pilihannya khususnya busana muslim perempuan, dengan tujuan ingin memperkenalkan brand Chacha Moslem Collection dan mengajak perempuan untuk tampil dengan busana muslim tetapi tetap modern dan menarik. Tetapi produk yang di tawarkannya tidak hanya busana muslim perempuan saja ada juga yang sebagian kecil produknya untuk laki-laki mulai dari baju, gamis, mukena, jilbab, aksesoris berhijab khusus perempuan dan baju koko, celana, sarung dan kebutuhan pakaian lainnya. Busana muslim perempuannya sebagian design dari Galuh Rahmawati, tetapi kebanyakan produk dari berbagai merk seperti Elzatta, Sasmira, Keke, Rabbani, Zoya dan lain sebagainya.

b. Visi Misi Chacha Moslem Collection

VisiButik Chacha Moslem Collection: mensosialisasikan ke masyarakat agar berpakaian yang menutup aurat dengan berbusana muslim secara syar'i.

Misi Butik Chacha Moslem Collection: menampilkan busana muslim yang syar'i namun tetap trendy dan menarik.

c. Struktur Organisasi Butik Chacha Moslem Collection



## B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu proses yang direncanakan oleh perusahaan agar tercapai tujuan yang diinginkan sehingga dapat memberikan nilai kepuasan kepada konsumen serta menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan agar mendapatkan untung. Penelitian yang saya lakukan di tiga Butik Busana Muslim di Tulungagung mendapatkan beberapa temuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Temuan tersebut mengenai data-data yang bersumber dari wawancara, pengamatan maupun dari data masing-masing Butik tersebut antara lain; Saga Butik, Chaha Moslem Collection, dan Mazaara.

Strategi pemasaran pada tiap butik tersebut pasti berbeda, walaupun tujuannya sama. Namun dengan penelitian ini akan diketahui mana strategi pemasaran yang paling sesuai, paling efektif dan efisien

menurut peneliti. Untuk mendapatkan jawaban tersebut peneliti perlu mengumpulkan sejumlah data dari ke tiga butik melalui pengamatan lapangan secara langsung dan wawancara dengan 4 orang narasumber pada masing-masing butik, karena dianggap mampu memberikan informasi yang sedang dicari peneliti. Sehingga dapat memberikan jawaban atas apa yang dipermasalahkan dalam penelitian ini. 4 orang pada masing-masing butik tersebut antara lain yaitu:

1. Butik Mazaara

- a. Meylisa Zaara sebagai pemilik butik Mazaara,
- b. Anis sebagai karyawan butik Mazaara,
- c. Kristi sebagai masyarakat sekitar butik Mazaara, dan
- d. Nanik Fatiati sebagai Pelanggan butik Mazaara.

2. Butik Saga

- a. Amelia Saga sebagai pemilik butik Saga,
- b. Siti Fatimah sebagai karyawan butik Saga,
- c. Dwi Anita sebagai masyarakat sekitar butik Saga, dan
- d. Fitria Wijayanti sebagai pelanggan butik Saga.

3. Butik Chacha Moslem Collection

- a. Galuh Rahmawati sebagai pemilik butik Chacha Moslem Collection,
- b. Ismi Hanifa sebagai karyawan butik Chacha Moslem Collection,
- c. Kharisma sebagai masyarakat sekitar butik Chacha Moslem Collection, dan

d. Nilna Nurlailayus Saadah sebagai pelanggan butik Chacha Moslem Collection.

Temuan ini mengenai bagaimana sistem strategi pemasaran yang di dalamnya merencanakan penentuan harga, penciptaan produk, mendistribusikan produk dan mempromosikan kepada konsumen. Berikut pemaparan data dari temuan peneliti di masing-masing Butik:

### 1. Mazaara

#### a. Produk

Sebagai salah satu Butik Busana Muslim di Tulungagung, Mazaara tentu memiliki beberapa produk yang ditawarkan untuk konsumennya. Sehingga dari produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dari hasil wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara selaku pemilik dari Butik Mazaara, beliau menjelaskan:

*“Kita harus selalu up date mengikuti perkembangan model busana muslim, sebagian produk aku buat sendiri, yang ada label Mazaaranya itu aku buat sendiri kalo yang gak ada labelnya aku ambil langsung dari pabrik grosiran”<sup>1</sup>*

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Meylisa bahwa produk yang beliau pasarkan harus selalu mengikuti perkembangan zaman, harus selalu *up to date* mengenai model-model terkini busana muslim. Sehingga orang akan selalu tertarik dan ingin mencoba model terbaru busana muslim yang lagi *ngetrend* apalagi di kalangan anak remaja yang selalu ingin tampil

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara, tanggal 2 Maret 2018 pukul 10:18 di Butik Mazaara Tulungagung.



kekinian. Selain itu produk yang dijual Ibu Meylisa sebagian ada yang berlabel “Mazaara”, berarti produk tersebut merupakan hasil produksi dari Ibu Meylisa sendiri. Sedangkan produk yang tidak ada labelnya atau berlabel merk lain, berarti barang tersebut merupakan barang yang diambil langsung dari konveksi besar luar kota dengan sistem grosir.

*“Kita sebagai penjual harus bisa menjelaskan secara detail dan apa adanya produk yang ditawarkan kepada konsumen, misalkan bahannya gimana ya dijelaskan, misalkan ada kecacatan barang juga harus dijelaskan, karena jualan itu kan ada etikanya”<sup>2</sup>*

Selanjutnya Ibu Meylisa menjelaskan bahwa beliau sebagai penjual harus mampu menjelaskan secara detail tentang keadaan produknya kepada konsumen. Seperti menjelaskan bagaimana bahannya, ukuran bajunya serta kenyamanan bila dipakai. Apabila ada kecacatan Ibu Meylisa juga harus menjelaskan secara detail keadaan barang tersebut, sehingga antara penjual dan pembeli dapat saling terbuka. Karena menurut Ibu Meylisa berjualan itu ada etikanya, seperti etika kejujuran, kejelasan, keramahan dan sopan santun.

Ibu Anis selaku karyawan di Butik Mazaara juga memberikan penjelasan sebagai berikut:

*“Kita kan pemasarannya online, terkait dengan produk itu kita jelaskan dulu kainnya sama warnanya gimana. Biasanya difoto dengan kamera itu kalo beda*

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara, tanggal 2 Maret 2018 pukul 10:18 di Butik Mazaara Tulungagung.

*pencahyaannya jadi beda warna kainnya yang asli sama yang difoto, jadi ya dikasih pengertian dulu sebelum pelanggan membeli barang tersebut”<sup>3</sup>*

Jadi menurut Ibu Anis produk yang dijual harus dicek terlebih dahulu keadaannya. Terkait bahannya, warnanya, ukurannya harus dijelaskan secara menyeluruh kepada pembeli. Semua barang yang di-*upload* di media sosial merupakan foto *real picture* dari Mazaara, yang diperagakan sendiri oleh *owner*-nya yaitu Ibu Meylisa. Jadi pembeli tidak perlu khawatir barang tidak sesuai pesanan, karena pihak Mazaara akan menjelaskan detail produk dan meyakinkan kepada konsumen akan barang yang dipesan pembeli.

Selain itu salah satu konsumen dari Mazaara yaitu Ibu Nanik Fatiati juga akan menjelaskan pendapatnya mengenai produk dari Mazaara ini sebagai berikut:

*“Produknya lumayan bagus, sesuai lah sama harganya. Modelnya juga tidak pasaran, bagus kok. Aku beli disana itu jilbab sekitar 3 kali nan lah itu bagus-bagus semua sesuai dengan keinginan aku dan barangnya itu gak pasaran”<sup>4</sup>*

Ibu Nanik berpendapat bahwa barang dari Butik Mazaara lumayan bagus dan sesuai dengan harga yang tertera pada produknya. Menurutnya barang yang ditawarkan di Mazaara sudah sesuai dengan keinginannya, sehingga Ibu Nanik merasa cukup puas berbelanja di Mazaara. Selain itu produk yang

---

<sup>3</sup>Wawancara dengan Ibu Anis, tanggal 2 Maret 2018 pukul 11:40 di Butik Mazaara Tulungagung.

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ibu Nanik Fatiati, tanggal 24 April 2018 pukul 14:36 di Rumah Ibu Nanik Fatiati.

ditawarkan Mazaara pun tidak pasaran namun tetap mengikuti *trend* terkini.

Ibu Kristi juga memberikan tanggapannya untuk Mazaara sebagai berikut:

*“Bagus produknya, kualitasnya sudah sesuai dengan harganya, kualitasnya bagus gak seperti toko-toko lainnya, dia jualnya barangnya emang agak mahal tapi kualitasnya bagus”*.<sup>5</sup>

Dari tanggapannya Ibu Kristi tersebut dapat dilihat bahwa beliau merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh Butik Mazaara.

#### b. Harga

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang yang dibutuhkan. Di Butik Mazaara ini harga yang terbentuk akan dijelaskan oleh pemiliknya sendiri yaitu Ibu Meylisa Zaara sebagai berikut:

*“Harga diterapkan berdasarkan harga pasaran, harga gak terlalu mahal dan juga gak terlalu murah juga atau sewajarnya, karna orang itu berbeda-beda dalam melihat harga. Maksudnya jika harganya terlalu murah orang akan ragu sama kualitas produknya, jika harga terlalu mahal orang akan enggan untuk membelinya”*.<sup>6</sup>

Menurut Ibu Meylisa, harga di Butik Mazaara diterapkan berdasarkan harga pasaran yang ada di Tulungagung. Harga tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah dalam arti standart. Karena Ibu Meylisa menetapkan harga dengan pertimbangan persepsi

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ibu Kristi, tanggal 2 Maret 2018 pukul 14:14 di Rumah Ibu Kristi.

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara, tanggal 2 Maret 2018 pukul 10:18 di Butik Mazaara Tulungagung.

konsumen tentang harga berdasarkan kualitas produknya. Jika barang yang ditawarkan terlalu murah, beliau takut jika para konsumen meragukan kualitas produknya. Sedangkan jika harganya terlalu mahal, kebanyakan orang akan enggan dan berpikir terlebih dahulu membelanjakan uangnya untuk membeli barang tersebut.

*“Harga itu mengikuti perkembangan produk, semakin banyak barang yang diproduksi maka akan semakin murah harga barang tersebut”.*<sup>7</sup>

Kemudian Ibu Meylisa menambahkan sebenarnya harga itu mengikuti perkembangan produk. Perkembangan dalam arti banyaknya barang yang diproduksi karena sudah semakin menjamur model suatu busana muslim tertentu sehingga mengakibatkan semakin menurunnya harga barang tersebut.

Kemudian Ibu Nanik Fatiati yang juga sering berbelanja di Mazaara mengungkapkan bahwa:

*“Kalo harganya standart menurutku, maksudnya itu macam-macam tapi kan tergantung sama kualitas barangnya. Kalo emang barangnya mahal kan emang barangnya itu bagus. Aku kemarin beli jilbab itu sekitar Rp 45.000,00 an lah sekitar itu”.*<sup>8</sup>

Menurut Ibu Nanik harga yang ditawarkan pada Butik Mazaara standart, maksudnya ada yang murah dan ada yang mahal. Tetapi harga tersebut membawa kualitas dari produk yang ditawarkan. Sehingga tidak diragukan lagi jika barang murah pasti

---

<sup>7</sup>*Ibid.*

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ibu Nanik Fatiati, tanggal 24 April 2018 pukul 14:36 di Rumah Ibu Nanik Fatiati.

kualitas juga pas-pasan. Sebaliknya, jika harga mahal pasti kualitas juga akan bagus dan terjamin.

Ibu Kristi sebagai masyarakat sekitar juga mengatakan hal sedemikian rupa untuk Butik Mazaara:

*“Barangnya emang agak mahal tapi emang bagus kualitasnya. Harganya sudah sesuai dengan kualitasnya, banyak diskonnya juga”*.<sup>9</sup>

### c. Distribusi

Pendistribusian produk dalam pemasaran bertujuan untuk memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga produk dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Untuk penjelasan mengenai distribusi

Ibu Meylisa Zaara akan memaparkannya sebagai berikut:

*“Untuk tempat pemasaran online kita gunakan aplikasi Instagram dan WhatsApp saja, kita upload-upload foto juga di status dan story”*<sup>10</sup>

Ibu Meylisa menjelaskan bahwa untuk tempat pemasaran produknya melalui *online*, beliau menggunakan aplikasi media sosial seperti Instagram dan WhatsApp saja. Di sana beliau meng-*upload* foto-foto produknya untuk dikenalkan kepada konsumen. Karena memang dari awal Ibu Meylisa ini memulai bisnisnya dari toko *online*. Akhirnya dari banyaknya peminat yang ada di toko *online*, beliau membuka toko *offline* di Beji dan di rumahnya (Tanggunggunung) juga, seperti penjelasan beliau sebagai berikut:

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Kristi, tanggal 2 Maret 2018 pukul 14:14 di Rumah Ibu Kristi.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara, tanggal 2 Maret 2018 pukul 10:18 di Butik Mazaara Tulungagung.

*“Lokasi offlinenya di sini dan di rumah aku juga buka, tidak ada kriteria khusus sih, kan toko ini aku buka sebagai tempat galeri produk-produk aku, selain online aku juga buka offline ini biar orang bisa lihat langsung barang yang aku jual”.*<sup>11</sup>

Untuk melayani pesanan dan menyalurkan pesanan kepada konsumen, Ibu Meylisa memaparkan penjelasannya sebagai berikut:

*“Kita juga melayani COD (Cash On Delivery) tapi menyesuaikan wilayah kota Tulungagung saja, selain itu juga melayani pengiriman via ekspedisi JNE, JNT atau POS”.*<sup>12</sup>

Ibu Meylisa juga melayani COD (*Cash On Delivery*), yaitu pengiriman barang dengan cara bertemu langsung pelanggan di lokasi yang disetujui bersama. Dengan COD pelanggan bisa melihat dan meneliti langsung barang yang dipesannya, jika barangnya sesuai pesanan maka bisa langsung memebelinya, namun jika barangnya tidak sesuai dengan yang diiklankan oleh penjual maka pembeli bisa menolaknya. Di zaman yang serba *online* ini sistem COD sangat diminati, karena dianggap aman dan minim penipuan. Tapi Ibu Meylisa melayani COD hanya pada wilayah kota Tulungagung saja dengan gratis ongkir. Jadi untuk yang malas ke toko atau takut barangnya tidak sesuai jika dikirim bisa langsung sepakat untuk merencanakan COD. Bagi yang di luar kota Tulungagung, atau yang jauh dari lokasi Butik Mazaara bisa

---

<sup>11</sup>*Ibid.*

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara, tanggal 2 Maret 2018 pukul 10:18 di Butik Mazaara Tulungagung.

juga melalui pengiriman via ekspedisi seperti melalui JNE, JNT dan POS, tetapi pembeli harus mentransfer uang terlebih dahulu kemudian barang akan segera diproses untuk dikirim kepada pembeli.

Ibu Nanik Fatiati menjelaskan mengenai bagaimana lokasi dan penyaluran produk Mazaara kepada konsumen yaitu:

*“Kalo dari rumahku ya jauh, makanya aku jarang kesana, aku lebih sering titip temenku yang rumahnya dekat sini aja. Untuk lokasinya kayaknya pas ya, kan disana juga lumayan rame wilayah kota juga”*.<sup>13</sup>

Jadi menurut Ibu Nanik lokasi Butik Mazaara jauh dari rumahnya, tapi hal tersebut tidak membatasi keinginan Ibu Nanik untuk mendapatkan produk Mazaara. Karena Ibu Nanik bisa pesan kepada temannya yang rumahnya dekat dengan Ibu Nanik. Karena temannya tersebut sering bertemu dengan bu Meylisa, sehingga barang yang dipesan Ibu Nanik akan sampai dengan mudah ke tangannya tanpa harus datang jauh-jauh ke Butik Mazaara. Tapi sesekali Ibu Nanik juga menyempatkan waktunya untuk datang ke lokasi Butik Mazaara untuk belanja kebutuhan fashion, terutama jilbab yang sering beliau beli.

Begitu pula dengan Ibu Kristi yang juga sering berbelanja jilbab di Mazaara, hanya saja lokasi Ibu Kristi dekat dengan Butik

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Ibu Nanik Fatiati, tanggal 24 April 2018 pukul 14:36 di Rumah Ibu Nanik Fatiati.

Mazaara sehingga disini beliau sebagai masyarakat sekitar mengatakan hal berikut:

*“Saya sering beli ketokonya, beli jilbab”*.<sup>14</sup>

#### d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan butik untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produknya kepada pasar sasaran mengenai keistimewaan produknya, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, dan untuk mendorong orang menggunakannya. Di Butik Mazaara ini promosi yang digunakan akan dijelaskan oleh Ibu Meylisa sebagai berikut:

*“Promosi sangat mempengaruhi penjualan, kita iklannya cuma di Instagram, upload-upload foto di story. Kalo ikut bazar aku sebar-sebar brosur, ngadain promo juga”*.<sup>15</sup>

Seperti yang sudah dijelaskan pada latar belakang Butik Mazaara, Ibu Mazaara mengawali bisnis butiknya dengan cara berjualan *online* terlebih dahulu. Media sosial *online* yang beliau gunakan antara lain Instagram dan WhatsApp saja. Koleksi produk *ter-update* beliau *upload* di Instagram dengan foto-foto *real picture* (asli) dengan Ibu Meylisa sendiri sebagai peraganya. Selain lewat media sosial, Mazaara juga sering mengikuti berbagai *event-event* bazar di sekitar Tulungagung dengan

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Ibu Kristi, tanggal 2 Maret 2018 pukul 14:14 di Rumah Ibu Kristi.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Ibu Meylisa Zaara, tanggal 2 Maret 2018 pukul 10:18 di Butik Mazaara Tulungagung.



memberikan promo-promo yang menarik bagi pelanggannya. Hal tersebut dilakukan agar lebih menarik perhatian konsumen.

Kemudian karyawati Mazaara juga menjelaskan hal serupa tentang promosinya sebagai berikut:

*“Zaman sekarang siapa sih yang gak punya Instagram, pasti setiap individu yang mempunyai Instagram pasti salah satu online shop diikuti. Tanpa belajar pun kita bisa lihat pemasaran toko online lainnya kita bisa teredukasi dari situ”*.<sup>16</sup>

Ibu Anis menjelaskan promosi yang dilakukan Mazara melalui media sosial khususnya Instagram, karena Instagram di zaman sekarang dianggap aplikasi yang paling *hits* apalagi dikalangan anak muda yang suka *fashion*. Beliau mengamati pasti setiap orang yang punya akun Instagram mengikuti *online shop* di akun mereka. Hal tersebut karena jual beli *online* saat ini sangat banyak peminatnya, dengan cara *searching* barang yang kita inginkan melalui internet, barang yang dipesan akan sampai dalam hitungan beberapa hari saja. Selain itu juga dapat menghemat waktu dan tenaga, namun dengan proses dan ketentuan yang berlaku di masing-masing *online shop*.

Ibu Nanik Fatiati sebagai pelanggan Butik Mazaara memberikan penjelasannya terkait dengan dari mana beliau mengetahui Butik Mazaara sebagai berikut:

*“Pertama aku tau dari temenku, temenku itu temennya Mbak Meylisa. Kemudian aku dikasih tau Instagramnya*

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Ibu Anis, tanggal 2 Maret 2018 pukul 11:40 di Butik Mazaara Tulungagung.

*apa, trus aku buka-buka tak lihat-lihat barangnya akhirnya aku tertarik”.*<sup>17</sup>

Menurut Ibu Nanik, beliau mengetahui informasi tentang Butik Mazaara dari temannya. Karena temannya Ibu Nanik itu adalah teman dari Ibu Meylisa. Kemudian Ibu Nanik semakin penasaran sehingga temannya memberikan alamat Instagram Butik Mazaara. Setelah Ibu Nanik melihat-melihat koleksi produk Mazaara di Instagram, akhirnya Ibu Nanik tertarik untuk mencoba membeli produk Mazaara. Jadi dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa informasi Mazaara yang didapat Ibu Nanik adalah dari mulut ke mulut yaitu dari teman sejawatnya dan juga dari aplikasi sosial media yaitu Instagram.

Namun masyarakat sekitar seperti Ibu Kristi belum mengetahui bahwa Mazaara memiliki toko *online*, karena mungkin Ibu Kristi merupakan tetangga dekat Butik Mazaara yang kesehariannya hanya mengetahui bentuk fisik tokonya. Seperti yang Ibu Kristi jelaskan seperti berikut:

*“Saya taunya ya toko offline itu aja. Kalo onlinenya gak tau”.*<sup>18</sup>

## **2. Chacha Moslem Collection**

### **a. Produk**

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Ibu Nanik Fatiati, tanggal 24 April 2018 pukul 14:36 di Rumah Ibu Nanik Fatiati.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Ibu Kristi, tanggal 2 Maret 2018 pukul 02:14 di Rumah Ibu Kristi

Sebagai salah satu Butik Busana Muslim di Tulungagung, Chacha Moslem Collection tentu memiliki beberapa produk yang ditawarkan untuk konsumennya. Sehingga dari produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dari hasil wawancara dengan Ibu Galuh Rahmawati selaku pemilik dari Saga Butik, beliau menjelaskan:

*“Produk saya ini campur, ada yang design saya sendiri, ada yang dari berbagai merk seperti elzatta, robbani, pasmira, keke, dan lain-lain banyak”*.<sup>19</sup>

Ibu Galuh menyatakan bahwa produk yang dijualnya sebagian ada yang design sendiri dan kebanyakan produk dari berbagai merk busana muslim dalam negeri yang terkenal. Menurut pengamatan peneliti produk yang ditawarkan memang bagus-bagus dari kualitas dan menarik karena modelnya trendy namun tetap syar’i. Produk designnya sendiri memang sesuai dengan permintaan pelanggan namun beliau membuatnya dengan kreasinya sendiri agar lebih khas dan berbeda lebih bagus dari permintaan. Justru design dari kreasinya tersebut yang cepat laku terjual. Hal tersebut disampaikan oleh ibu Galuh seperti berikut:

*“Produk yang design saya itu sesuka hati saya, tapi juga lihat permintaan pelanggan. Misal ada orang pengen gamis syar’i yang ada brukatnya gini lo, ya saya buat tapi dengan kreasi saya sendiri, gak sama dengan yang dibilang.*

---

<sup>19</sup>Wawancara dengan Ibu Galuh Rahmawati, tanggal 7 Mei 2018 pukul 14:06 di Butik Chacha Moslem Collection.

*Dan saya modifikasi, yang saya design sendiri itu malah cepat habis”.*<sup>20</sup>

*“Produknya bagus-bagus. Kalo jilbab ada merk dari Elzatta, Mezora, Rabbani masih banyak lainnya. Produknya macam-macam, gamis yang bahan apa aja ada”.*<sup>21</sup>

Kemudian menurut Ibu Hanifa selaku karyawan Butik Chacha Moslem Collection menyatakan bahwa produknya bagus dan bermacam-macam merk model busana muslim baik laki-laki maupun perempuan.

*“Chacha itu berkualitas, harganya sesuai dengan kualitasnya. Selain itu kalo ada kecacatan barangnya pembeli dikasih diskon atau pengurangan harga, biar sama-sama suka”.*<sup>22</sup>

Pernyataan di atas merupakan tanggapan dari salah satu pelanggan yang sudah pernah berbelanja baju maupun jilbab di Butik Chacha Moslem Collection. Beliau mengatakan bahwa butik chacha itu produknya berkualitas dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Ketika ada barang yang cacat atau kerusakan, pihak chacha akan memberikan pengurangan harga yang dilakukan untuk mendapat kepuasan konsumennya.

*“Produknya bagus-bagus tapi mahal, saya kesana Cuma lihat-lihat saja 2 kali”.*<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup>Wawancara dengan Ibu Galuh Rahmawati, tanggal 7 Mei 2018 pukul 15:45 di Butik Chacha Moslem Collection.

<sup>21</sup>Wawancara dengan Ibu Ismi Hanifa, tanggal 7 Mei 2018 pukul 16:37 di Butik Chacha Moslem Collection.

<sup>22</sup>Wawancara dengan Ibu Nilna, tanggal 13 Mei 2018 pukul 09:06 di Rumah Ibu Nilna.

<sup>23</sup>Wawancara dengan Ibu Kharisma, tanggal 7 Mei 2018 pukul 17:25 di Butik Chacha Moslem Collection.

Menurut salah satu masyarakat sekitar Butik Chacha produk yang ditawarkan memang bagus-bagus, baik model bajunya maupun bahannya. Hal tersebut dinyatakan karena Ibu Kharisma sudah 2 kali melihat-lihat kedalam Butik Chacha.

b. Harga

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang yang dibutuhkan. Di Butik Chacha Moslem Collection ini harga yang terbentuk akan dijelaskan oleh pemiliknya sendiri yaitu Ibu Galuh sebagai berikut:

*“Keistimewaan butik saya itu harganya murah kualitas bagus, kita gak ngambil untung yang terlalu besar. Kualitas kain, jahitan sayutamakan, pokoknya kepuasan pelanggan”*.<sup>24</sup>

Menurut pernyataan ibu Galuh di atas, keistimewaan butiknya adalah harganya yang relatif murah dengan kualitas yang bagus, karena beliau tidak mengambil keuntungan yang terlalu besar. Karena berjualan itu tidak hanya mencari keuntungan semata, namun mengutamakan kepuasan pelanggan adalah hal yang utama.

*“Kalo atasan mulai dari Rp30.000,00 sampai Rp200.000,00. Kalo gamis mulai Rp100.000,00 sampai 1 jutaan”*.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Wawancara dengan Ibu Galuh Rahmawati, tanggal 7 Mei 2018 pukul 15:45 di Butik Chacha Moslem Collection.

<sup>25</sup>Wawancara dengan Ibu Galuh Rahmawati, tanggal 7 Mei 2018 pukul 15:45 di Butik Chacha Moslem Collection.

Di Chacha Moslem Collection harga produk yang ditawarkan berdasarkan kategorinya mulai dari baju atasan kisaran harga Rp30.000,00 sampai Rp200.000,00. Sedangkan untuk gamis-gamisnya kisaran harga Rp100.000,00 sampai 1 jutaan. Harga yang ditawarkan tersebut memang sudah sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan. Hal tersebut juga dinyatakan oleh Ibu Nilna selaku pelanggan dari Butik Chacha:

*“Harganya sih sesuai dengan kualitas produknya, kalo dilihat dari ukuran butik, chacha itu gak mahal”*.<sup>26</sup>

*“Harganya standart, ada yang buat kalangan biasa, ada yang buat kalangan menengah, yang mahal juga ada. Tergantung uangnya dan tergantung orangnya pengen beli yang seperti apa”*.<sup>27</sup>

Kemudian menurut Ibu Hanifa selaku karyawan Butik Chacha, harga yang ditawarkan relatif, ada yang mahal, sedang dan murah, semua tergantung dengan uang dan keinginan yang dimiliki masing-masing konsumen. Namun berbeda dengan salah satu pengakuan dari masyarakat sekitar butik, bahwa harga yang ditawarkan menurutnya mahal.

*“Produknya bagus-bagus tapi mahal, saya kesana Cuma lihat-lihat saja 2 kali”*.<sup>28</sup>

### c. Distribusi

---

<sup>26</sup>Wawancara dengan IbuNilna, tanggal 13 Mei 2018 pukul 09:06 di RumahIbuNilna.

<sup>27</sup>Wawancara dengan IbuIsmiHanifa, tanggal 7 Mei 2018 pukul 16:37 di ButikChacha Moslem Collection.

<sup>28</sup>Wawancara dengan IbuKharisma, tanggal 7 Mei 2018 pukul 17:25 di ButikChacha Moslem Collection.

Pendistribusian produk dalam pemasaran bertujuan untuk memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga produk dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Untuk penjelasan mengenai distribusi Ibu Galuh akan memaparkannya sebagai berikut:

*“Saya suka pindah-pindah karena milih yang strategis juga. Kalo dirumah digondang itu konsumennya terbatas, akhirnya ekspansi ke kalangbret, karena tempatnya kecil dan konsumennya juga terbatas. Akhirnya pindah ke sini karena di sini lebih rame, tempatnya di persimpangan jalan di perempatan. Terus kebetulan hadap depan dan samping”.*<sup>29</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa distribusi sangat penting untuk keberlangsungan perkembangan butik. Butik Chacha Moslem Collection sebelum berlokasi di jalan Mayor Sujadi juga sudah mencoba membuka butik di daerah Kalangbret. Karena dirasa kurang strategis maka beralihlah butiknya ke lokasi sekarang. Di lokasi yang sekarang ibu galuh menemukan adanya kenaikan penjualan yang sangat signifikan, hal tersebut berarti lokasi yang dipilih sekarang sudah strategis dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Hal tersebut terbukti dengan pernyataan dari salah satu pelanggannya, yaitu Ibu Nilna sebagai berikut:

*“Lokasinya strategis, ada di perempatan jalan, lampu merah pula. Jadi orang-orang yang berhenti pas lampu merah, bisa lihat-lihat baju yang dipajang”.*<sup>30</sup>

<sup>29</sup>Wawancara dengan Ibu Galuh Rahmawati, tanggal 7 Mei 2018 pukul 14:06 di Butik Chacha Moslem Collection.

<sup>30</sup>Wawancara dengan Ibu Nilna, tanggal 13 Mei 2018 pukul 09:06 di Rumah Ibu Nilna.

Menurut Ibu Nilna lokasi Butik Chacha sangat strategis sekali untuk menarik minat konsumen. Selain lokasinya, penataan *display* produknya pun sangat menarik sekali karena penuh dengan dekorasi yang unik dan indah sehingga dapat membuat pelanggannya nyaman dan betah ketika berbelanja.

*“Penataannya juga bagus, manekinya lengkap dari pria, wanita bahkan anak-anak. Dekorasinya instagramable, girly bikin nyaman”*.<sup>31</sup>

*“Untuk lokasi dan penataan tokonya aku suka juga, aku juga ikut menata dan mendekorasi butik ini”*.<sup>32</sup>

Ibu Hanifa menyatakan bahwa beliau juga ikut serta dalam penataan produk dan dekorasi ruangan butik yang unik dan indah itu. Karena beliau memang dari awal pembukaan butik sudah menjadi karyawati di Butik Chacha.

#### d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan butik untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produknya kepada pasar sasaran mengenai keistimewaan produknya, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, dan untuk mendorong orang menggunakannya. Di Butik Chacha Moslem Collection ini promosi yang digunakan akan dijelaskan oleh Ibu Galuh sebagai berikut:

---

<sup>31</sup>*Ibid.*

<sup>32</sup>Wawancara dengan Ibu Ismi Hanifa, tanggal 7 Mei 2018 pukul 16:37 di Butik Chacha Moslem Collection.



*“Promosinya lewat iklan di TV pernah di MaduTV, radio di R-Radio, koran, dan even-even fashion show, bazar. Kalo online ada di instagram, dan web site tapi belum update”.*<sup>33</sup>

Butik Chacha Moslem Collection mempromosikan produknya melalui berbagai media yang sangat mudah dijangkau konsumen seperti TV, radio, dan Koran. Selain itu Chacha juga sering mengikuti fashion show dalam rangka memamerkan produk-produknya. Pengiklanan *online* juga dilakukannya melalui aplikasi social media seperti Instagram dan *Web site*.

Namun tidak jarang juga pelanggannya yang mengetahui Butik Chacha tidak melalui media yang disebutkan Ibu Galuh diatas, tetapi mereka mengetahui langsung lokasi Butik ketika sedang melintas di depan butik. Karena penasaran dengan produk yang terlihat dari luar, akhirnya mereka ingin masuk ke butik untuk berbelanja atau sekedar melihat-lihat saja. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Ibu Nilna dan Ibu Kharisma sebagai berikut:

*“Aku tau langsung sendiri, orang tiap kekampus aku selalu nglewati butik chacha”.*<sup>34</sup>

*“Aku taunya ya pas lewat depan itu, penasaran pengen lihat-lihat”.*<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup>Wawancara dengan IbuGaluhRahmawati, tanggal 7 Mei 2018 pukul 14:06 di ButikChacha Moslem Collection.

<sup>34</sup>Wawancara dengan Ibu Nilna, tanggal 13 Mei 2018 pukul 09:01 di Rumah Ibu Nilna

<sup>35</sup>Wawancara dengan Ibu Kharisma, tanggal 7 Mei 2018 pukul 16:26 di Butik Chacha Moslem Collection.

*“Untuk promosi kalo online orangnya sudah beda lagi, kalo mbaknya yang di sini tugasnya hanya melayani pembeli, foto-foto produk, nanti kalo ada pembeli yang Tanya mengenai produk akan kita jelaskan”*.<sup>36</sup>

Sedangkan Ibu Hanifa selaku karyawan Butik Chacha menjelaskan bahwa tugasnya mengenai promosi hanya foto-foto produk atau dokumentasi yang akan di-*share* ke bagian promosi. Selain itu tugas yang utama adalah melayani pembeli yang berbelanja ke butik.

### **3. Saga Butik**

#### **a. Produk**

Sebagai salah satu Butik Busana Muslim di Tulungagung, Saga Butik tentu memiliki beberapa produk yang ditawarkan untuk konsumennya. Sehingga dari produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dari hasil wawancara dengan Ibu Amelia Saga selaku pemilik dari Saga Butik, beliau menjelaskan:

*“Produk aku itu keistimewaannya bisa pesan sesuai keinginan, maksudnya desain bisa dikonsultasikan. Budget juga bisa didiskusikan, mau pakai bahan apa, pengen model gimana bisa request sesuai keinginan”*.<sup>37</sup>

Berdasarkan latar belakang dari Saga Butik, Ibu Amelia Saga selaku *owner* merupakan penjahit yang sudah ahli sehingga produk yang beliau tawarkan merupakan jahitannya

---

<sup>36</sup>Wawancara dengan IbuIsmiHanifa, tanggal 7 Mei 2018 pukul 16:37 di ButikChacha Moslem Collection.

<sup>37</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

sendiri. Selain itu beliau juga menerima jasa jahit-menjahit yang bisa dipesan sesuai dengan keinginan pelanggan. Jadi pelanggan dapat meminta model, *design*, ukuran dan bahan, sesuai dengan keinginannya. Hal tersebutlah yang menjadi keistimewaan dari Saga Butik ini. Selanjutnya Ibu Amelia menambahkan penjelasannya sebagai berikut:

*“Bahan yang aku pakai sesuai permintaan, tapi aku carikan yang bagus. Walaupun itu gak mahal-mahal banget sih yang penting kan enak dipakai terus nyaman, ya sesuai permintaan konsumen gitu”*.<sup>38</sup>

Jadi dapat diketahui bahwa Saga Butik mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelanggan. Walaupun produk yang dibuat berbahan mahal tapi semata-mata hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa puas sesuai keinginannya dan nyaman bila memakainya. Ibu Amelia selalu mengusahakan memberikan kualitas produk yang terbaik, namun tetap disesuaikan dengan *budget* para pelanggannya atau sesuai dengan kesepakatannya.

Adapun menurut Ibu Amelia kebanyakan konsumen setiap harinya selalu mencari dan berbelanja jilbab, karena menurutnya orang berhijab itu memakai jilbab setiap harinya, seperti berikut:

*“Selain aku memamerkan baju-baju hasil jahitanku, aku juga menjual berbagai macam model jilbab, karena menurut aku kebanyakan orang itu tiap harinya yang*

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

*dicari jilbab, karena kan orang berjilbab itu setiap hari, gak ada musiman”.*<sup>39</sup>

*“Produknya mbak amelia itu bagus, sesuai pesanan orang-orang yang menjahitkan”.*<sup>40</sup>

Ibu Siti Fatimah selaku karyawan memberikan tanggapan singkat bahwa produk yang diciptakan oleh Amelia Saga bagus, sudah sesuai dengan permintaan pelanggan. Hal tersebut juga dinyatakan oleh pelanggan setia Saga Butik yaitu Ibu Fitria Wijayanti sebagai berikut:

*“Jahitannya bagus, modelnya juga selalu sesuai dengan apa yang saya inginkan. Tidak mengecewakan dan terjamin”.*<sup>41</sup>

Menurut Ibu Dwi Anita selaku masyarakat sekitar Saga Butik juga memberikan pernyataan yang serupa sebagai berikut:

*“Barangnya bagus, sesuailah sama harganya”.*<sup>42</sup>

#### b. Harga

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang yang dibutuhkan. Di Saga Butik ini harga yang terbentuk akan dijelaskan oleh pemiliknya sendiri yaitu Ibu Amelia Saga sebagai berikut:

---

<sup>39</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>40</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah, tanggal 24 April 2018 pukul 12:18 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>41</sup> Wawancara dengan Ibu Fitria Wijayanti, tanggal 24 April 2018 pukul 17:11 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>42</sup> Wawancara dengan Ibu Dwi Anita, tanggal 24 April 2018 pukul 13:47 di Saga Butik Tulungagung.

*“Harganya ngikuti bahannya apa, modelnya gimana gitu. Cari yang standart aja, kalo baju pesta itu mulai Rp 900.000,00, kalo baju wedding itu mulai Rp 5.000.000,00. Ya semua itu kan menyesuaikan bahan sama modelnya. Ada juga baju untuk harian itu modelnya dari aku, tapi tetep mengikuti trend yang ada, kebanyakan itu gamis orang pesan harian itu kisaran Rp 150.000,00 gitu”.*<sup>43</sup>

Berdasarkan penjelasan Ibu Amelia, harga yang diterapkan pada produknya tergantung pada kualitas bahan dan *design* model bajunya. Misalkan harga baju pesta yang biasanya orang pakai untuk ke acara resmi beliau patok dengan harga mulai dari Rp 900.000,00. Dan untuk pemesanan baju *wedding* (pernikahan), beliau bandrol mulai harga Rp 5.000.000,00. Selain busana-busana mewah tersebut, Saga Butik juga melayani pesanan jahit dan baju ready juga mulai harga Rp 150.000,00. Tetapi harga semua itu dibandrol dengan perbandingan kualitas bahan dan rumit tidaknya *design* yang diinginkan pelanggan. Kemudian Ibu Amelia menambahkan:

*“Kalo sekarang disini ya menyesuaikan, konsumennya suka yang murah-murah , tapi gak mungkin juga kan aku jual terlalu murah karena aku pakai brand sendiri jadi semua harus sesuai perhitungannya”.*<sup>44</sup>

Maksud dari penjelasan Ibu Amelia adalah, saat ini beliau baru 1 tahunan mendirikan Butik barunya di Tunggangri.

---

<sup>43</sup>Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>44</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

Sehingga beliau harus bisa menyesuaikan harga dan model produk sesuai dengan lingkungan masyarakat sekitarnya.

*“Harganya sudah sesuai dengan kualitasnya”*.<sup>45</sup>

Pernyataan singkat di atas dari Ibu Siti Fatimah mengenai harga yang ditawarkan oleh Saga Butik. Menurutnya harganya sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

*“Harga sesuai dengan kualitas, kisaran Rp 200.000,00 sampai 1 jutaan”*.<sup>46</sup>

Kemudian Ibu Dwi Anita memberikan pendapatnya bahwa produk saga butik murah, mungkin karena beliau cuma membeli jilbab yang harganya lumayan murah.

*“Murah menurutku”*.<sup>47</sup>

#### c. Distribusi

Pendistribusian produk dalam pemasaran bertujuan untuk memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga produk dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Untuk penjelasan mengenai distribusi Ibu Amelia Saga akan memaparkannya sebagai berikut:

*“Sebenarnya gak ada kriteria khusus sih untuk penempatan lokasi butik ini, karena ini kan aku*

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah, tanggal 24 April 2018 pukul 12:18 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>46</sup> Wawancara dengan Ibu Fitria Wijayanti, tanggal 24 April 2018 pukul 17:11 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ibu Dwi Anita, tanggal 24 April 2018 pukul 13:47 di Saga Butik Tulungagung.

*memanfaatkan lahan kosong, apalagi lahannya itu ya cukup strategis di tempat keramaian”<sup>48</sup>*

Menurut Ibu Amelia, tidak ada kriteria atau alasan khusus dalam perencanaan penentuan lokasi butiknya. Karena beliau hanya ingin memanfaatkan lahan kosong miliknya yang kebetulan berada di tempat yang lumayan strategis.

*“Aku juga sempat punya butik di Surabaya di royal plaza. Ya memang konsumennya gak sama. Kalo di sana di mall orangnya lebih konsumtif. Kalo sekarang disini ya menyesuaikan, konsumennya suka yang murah-murah , tapi gak mungkin juga kan aku jual terlalu murah karena aku pakai brand sendiri jadi semua harus sesuai perhitungannya”<sup>49</sup>*

Kemudian beliau juga menceritakan bahwa sebelum mendirikan butik di Tunggangri, Beliau juga sudah pernah mendirikan butik di Royal Plaza yaitu salah satu *super store* di Surabaya. Di sana beliau mendapatkan pelanggan yang memiliki gaya konsumtif yang tinggi dibandingkan dengan gaya konsumtif orang desa khususnya di Tunggangri sekarang. Kebanyakan orang desa memiliki gaya konsumtif yang rendah dan suka mencari barang yang murah-murah. Tapi Ibu Amelia tidak mungkin membandrol harga produknya terlalu murah karena beliau harus mempertimbangkan kualitas dan mutunya.

*“Karena butik di sini masih baru, masih proses pengenalan kan, aku mulai dari nol lagi. Tapi pelangganku yang dari Sobontoro, Surabaya dan*

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>49</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

*lainnya aku tetep menerima orderan, aku bawa kesini, aku jahit di sini”. Customer yang di Surabaya itu juga masih sering minta dibuatkan baju lewat online, nanti bajunya dikirim”.*<sup>50</sup>

Kemudian Ibu Amelia menjelaskan alasan butiknya masih sepi dan jarang pembeli, karena saga butik masih baru berdiri di Tunggangri dan masih proses pengenalan kepada masyarakat sekitar. Walaupun butiknya sepi tapi beliau masih menerima pesanan jahit dari para pelanggannya yang ada di luar kota seperti, Surabaya, Malang, dan lainnya yang bisa dilihat testimoninya di Instagram ameliasaga.id. kerena di Tunggangri ini beliau bangun butik *plus* rumah, maka proses menjahit pesanan pelanggan beliau kerjakan di sini.

*“Untuk menempatan lokasinya aku gak ikut andil ya, aku ngikut mbaknya aja”.*<sup>51</sup>

Pernyataan di atas merupakan penjelasan dari karyawan Saga Butik yaitu Ibu Fatimah. Beliau menjelaskan bahwa untuk strategi distribusi khususnya penempatan lokasi tidak ikut andil dalam penentuan lokasi butik, walaupun rumah Ibu Siti terletak di belakang lokasi butik saga.

#### d. Promosi

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah, tanggal 24 April 2018 pukul 12:18 di Saga Butik Tulungagung.



Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan butik untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produknya kepada pasar sasaran mengenai keistimewaan produknya, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, dan untuk mendorong orang menggunakannya. Di Saga Butik ini promosi yang digunakan akan dijelaskan oleh Ibu Amelia sebagai berikut:

*“Promosi aku dari mulut ke mulut ada orang kesini mau lihat-lihat produk atau mau jahit gitu. Kemudian media sosial online juga ada yang berbayar maupun yang tidak berbayar seperti facebook, instagram, dan whatsapp. Web aku ada sih tapi gak terlalu aktif. Karena kalo sekarang itu kalo gak online susah”.*<sup>52</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, saga butik mempromosikan produknya yang pertama dari mulut ke mulut, kedua dari media sosial *online* seperti facebook, Instagram, dan whatsapp baik yang berbayar (*sponsor*) maupun yang tidak berbayar. Seperti saya sendiri sebagai peneliti yang dari awal mengetahui informasi tentang saga butik dari Instagram.

*“Pernah juga ikut bazar itu di GOR Lembupeteng, Crown Victoria Hotel, pernah juga fashion show di Surabaya sama Jakarta. Kemarin itu juga sempat masuk koran radar Tulungagung itu, karena kemarin pihak radar tulungagung tau aku fashion show di Jakarta, akhirnya aku dihubungi dimintai informasi”.*<sup>53</sup>

Saga butik juga sering mengikuti berbagai event bazar dan fashion show sebagai bagian dari promosinya. Adapun

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Ibu Amelia Saga, tanggal 24 April 2018 pukul 11:07 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>53</sup> *Ibid.*

bazar yang pernah diikuti di Tulungagung yaitu di GOR Lembupeteng dan Crown Victoria Hotel, sedangkan fashion show yang diikuti pernah di Surabaya dan di Jakarta. Selain itu promosi melalui koran juga sudah dilakukannya setelah berita *fashion show*-nya di Jakarta terdengar oleh Radar Tulungagung, sehingga menarik para *netizen* koran untuk menerbitkan saga butik di koran.

Kemudian sebagai karyawan Saga Butik di sini Ibu Siti Fatimah menjelaskan bahwasanya tugasnya di Butik hanya menjaga dan melayani pembeli yang datang. Hal tersebut wajar karena memang itu tugas yang diberikan oleh pemilik Butik pada umumnya. Berikut pernyataan dari Ibu Siti Fatimah:

*“Aku di sini tugasku cuma nunggu toko aja, nglayani pembeli aja, gak ikut promosi”*.<sup>54</sup>

Salah satu pelanggan setia saga butik yaitu Ibu Fitria Wijayanti memberikan pernyataan sebagai berikut:

*“Karena ownernya sendiri adalah sahabat saya sejak SMA, dan saya tahu dia sejak sekolah sudah punya bakat design”*.<sup>55</sup>

Jadi semenjak SMA Ibu Fitria Wijayanti sudah sering order untuk dibuatkan baju sesuai dengan keinginannya, dan hasilnya cocok. Sehingga sampai sekarang beliau

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah, tanggal 24 April 2018 pukul 12:18 di Saga Butik Tulungagung.

<sup>55</sup> Wawancara dengan Ibu Fitria Wijayanti, tanggal 24 April 2018 pukul 17:11 di Saga Butik Tulungagung.

mempercayakan pesanan bajunya kepada saga butik yang *owner*-nya merupakan temannya sendiri.

*“Kebetulan butiknya itu dekat dengan rumahku dan baru buka aku jadi penasaran pengen lihat dan akhirnya kemarin beli kerudung”*.<sup>56</sup>

Kemudian menurut Ibu Dwi Anita, beliau tidak mengetahui saga butik dari promosi yang dijalankan oleh Ibu Amelia Saga seperti di instagram, facebook dan web. Namun Ibu Dwi Anita mengetahui butik saga karena dekat dengan lokasi rumahnya. Dan kebetulan baru dibuka jadi penasaran ingin melihat-lihat koleksinya.

### **C. Strategi Pemasaran ketiga Butik**

Setelah diketahui strategi pemasaran dari masing-masing ke tiga butik tersebut, maka akan di ringkas ke dalam tabel agar lebih mudah dalam memahaminya. Dalam temuan peneliti melalui wawancara di atas, masing-masing elemen strategi pemasaran dari ke tiga butik juga dapat diketahui melalui tabel berikut.

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Ibu Dwi Anita, tanggal 24 April 2018 pukul 13:47 di Saga Butik Tulungagung.

| Strategi Pemasaran | No. | Mazaara  | No.      | ChaCha   | No. | Saga Butik  | Ket. |
|--------------------|-----|--|----------|--|-----|---|------|
| <b>Produk</b>      | 1.  | Baju atasan import   | 1.       | Baju atasan                                      | 1.  | Gamis Syar'i  |      |
|                    | 2.  | Gamis import   | 2.       | Gamis syar'i                                     | 2.  | Gaun Pesta  |      |
|                    | 3.  | Jilbab syar'i  | 3.       | Baju koko, sarung                                | 3.  | Kebaya  |      |
|                    | 4.  | Jilbab segi empat  | 4.       | Jilbab syar'i                                    | 4.  | Jilbab segi empat   |      |
|                    | 5.  | Aksesoris pelengkap hijab  | 5.       | Jilbab segi empat                                | 5.  | Aksesoris pelengkap hijab                                   |      |
|                    |     |  | 6.       | Aksesoris pelengkap hijab                        |     |   |      |
| <b>Harga</b>       | 1.  | Rp50.000,00 - Rp150.000,00   | 1.       | Rp30.000,00- Rp200.000,00                        | 1.  | Rp150.000,00- Rp500.000,00                                  |      |
|                    | 2.  | Rp100.000,00 -Rp300.000,00   | 2.       | Rp100.000,00- Rp1.000.000,00                     | 2.  | Rp500.000,00- Rp5.000.000,00                                |      |
|                    | 3.  | Rp30.000,00 - Rp70.000,00  | 3.       | Rp50.000,00- Rp150.000,00                        | 3.  | Rp100.000,00- Rp500.000,00                                  |      |
|                    | 4.  | Rp20.000,00 - Rp50.000,00  | 4.       | Rp30.000,00- Rp70.000,00                         | 4.  | Rp20.000,00- Rp40.000,00                                    |      |
|                    | 5.  | Rp5000,00 - Rp30.000,00  | 5.       | Rp20.000,00- Rp40.000,00                         | 5.  | Rp5.000,00- Rp30.000,00                                     |      |
|                    |     |  | 6.       | Rp5.000,00- Rp70.000,00                          |     |   |      |
| <b>Distribusi</b>  | 1.  | Lokasi Butik Mazara di Jalan Ki Hajar Dewantara No. 9b, Beji, Boyolangu, Kabupaten Tulungagung | 1.       | Butik pertama di Kepuh, Gondang, Tulungagung     | 1.  | Lokasi Butik di desa Tunggangri, Tulungagung                |      |
|                    | 2.  | Melayani pengiriman produk bagi yang jauh dari lokasi butik                                    | 2.       | Butik kedua di Jalan Mayor Sujadi 55 Tulungagung | 2.  | Melayani pengiriman produk bagi yang jauh dari lokasi butik |      |
| <b>Promosi</b>     | 1.  | Instagram  | 1.       | <i>Fashion Show</i>                              | 1.  | Instagram   |      |
|                    | 2.  | WhatsApp   | 2.       | Pameran/Bazaar                                   | 2.  | Facebook  |      |
|                    | 3.  | Bazaar   | 3.       | Pamphlet   | 3.  | Organisasi  |      |
|                    | 4.  | Organisasi   | 4.       | Brosur   | 4.  | <i>Fashion show</i>   |      |
|                    | 5.  | Brosur   | 5.       | Promo penjualan                                  |     |   |      |
|                    | 6.  | Promo penjualan  | 6.       | Instagram  |     |   |      |
|                    |     | 7.   | Web Site |  |     |   |      |

Berdasarkan tabel di atas akan dijelaskan secara rinci dan singkat sebagai berikut:

### **1. Mazaara**

Mazaara memiliki lokasi sebagai tempat distribusinya yaitu di Jalan Ki Hajar Dewantara No. 9b, Beji, Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, dan untuk yang jauh dari lokasi bisa melayani pengiriman barang sampai ke lokasi pelanggan. Adapun media promosi yang digunakan oleh Mazaara melalui Instagram, WhatsApp, Bazaar, Organisasi, Brosur, dan Promo penjualan. Produk Mazaara terdiri dari berbagai macam jenis dan memiliki harga yang bervariasi sebagai berikut:

- a. Baju atasan import : mulai Rp50.000,00 sampai Rp150.000,00
- b. Gamis import : mulai Rp100.000,00 sampai Rp300.000,00
- c. Jilbab syar'i : mulai Rp30.000,00 sampai Rp70.000,00
- d. Jilbab segi empat : mulai Rp20.000,00 sampai Rp50.000,00
- e. Aksesoris pelengkap hijab : mulai Rp5.000,00 sampai Rp30.000,00

### **2. Chacha Moslem Collection**

Butik Chacha memiliki lokasi sebagai distribusinya yaitu butik pertama di Kepuh, Gondang, Tulungagung dan butik kedua di Jalan Mayor Sujadi 55 Tulungagung. Adapun media promosi yang digunakan oleh butik Chacha melalui *Fashion Show*, pameran/Bazaar, pamphlet, brosur, promo penjualan, instagram dan *web Site*. Produk Chacha terdiri dari berbagai macam jenis dan memiliki harga yang bervariasi sebagai berikut:

- a. Baju atasan : mulai Rp30.000,00 sampai Rp200.000,00
- b. Gamis syar'i : mulai Rp100.000,00 sampai Rp1.000.000,00
- c. Baju koko, sarung : mulai Rp50.000,00 sampai Rp150.000,00
- d. Jilbab syar'i : mulai Rp30.000,00 sampai Rp70.000,00
- e. Jilbab segi empat : mulai Rp20.000,00 sampai Rp 40.000,00
- f. Aksesoris pelengkap hijab : mulai Rp5.000,00 sampai Rp70.000,00

### 3. Saga Butik

Butik Saga memiliki lokasi sebagai distribusinya di desa Tunggangri, Tulungagung, dan untuk yang jauh dari lokasi bisa melayani pengiriman barang sampai ke lokasi pelanggan. Adapun media promosi yang digunakan oleh butik Saga melalui, Instagram, Facebook, organisasi, dan *Fashion Show*. Produk Saga terdiri dari berbagai macam jenis dan memiliki harga yang bervariasi sebagai berikut:

- a. Gamis Syar'i : mulai Rp150.000,0 sampai Rp500.000,00
- b. Gaun Pesta : mulai Rp500.000,00 sampai Rp5.000.000,00
- c. Kebaya : mulai Rp100.000,00 sampai Rp500.000,00
- d. Jilbab segi empat : mulai Rp20.000,00 sampai Rp40.000,00
- e. Aksesoris pelengkap hijab : mulai Rp5.000,00 sampai Rp30.000,00