BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Paparan Data

1. Pemahaman Pemilik Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung Mengenai *Brand* dan *Rebranding*

Brand (merek) adalah sebuah identitas bagi pelaku usaha untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Sedangkan *Rebranding* (pemberian ulang merek) merupakan pemberian ulang terhadap merek yang sudah ada sebelumnya. *Brand* (merek) memiliki peranan penting dalam menunjang kehidupan dibidang bisnis, sehingga sebagian besar pelaku usaha memberikan sebuah tanda pengenal dalam produk yang dipasarkannya. Dalam menjalankan sebuah usaha tidak jarang pelaku usaha melakukan berbagai macam cara agar barang atau jasa yang ditawarkan menjadi pilihan konsumen.

Toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung merupakan toko *online* yang menjual jasa ukir henna dan pasta henna yang pemiliknya berkediaman di Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.[1] Dalam usaha yang dirintis oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani, pemiliknya menjelaskan:

> "Saya memulai usaha dengan membuka toko online Jasa Henna Elma Fitriani sejak tahun 2016. Awalnya saya memanfaatkan skill saya yakni mengukir dengan pasta henna, kemudian banyak

[1] Hasil observasi di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2018

> konsumen yang bertanya tentang bahan yang saya gunakan, mulai dari sini saya berpikir kenapa saya nggak jualan saja pasta hennanya? Tidak berselang lama ide tersebut muncul, akhirnya saya memutuskan untuk jualan pasta henna."[2]

Dengan banyaknya permintaan penjualan pasta henna dari konsumen ke pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani, maka beberapa media sosial digunakan. Seperti ungkapan Elma, pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani:

> "Untuk menunjang kegiatan usaha saya, saya menggunakan berbagai media sosial untuk promosi diantaranya ada Instagram, Facebook, dan Fanpage."[3]

Hal tersebut tentunya sangat menunjang proses kelancaran usaha pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yang kegiatan usahanya dilakukan secara *online*. Terkait dengan pengelolaan toko *online*, para pemilik toko *online* ada yang menjual berbagi macam barang ada juga yang sejenis atau senada. Seperti yang diungkapkan Elma bahwa:

> "Untuk saat ini produk yang saya jual di toko online saya ada Jasa Henna itu pasti karena ini awal karir saya lalu ada pasta kutek, pasta ukir dan henna putih atau yang biasa disebut white henna."[4]

Sehubungan dengan berbagai macam produk yang ditawarkan oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani serta meningkatnya konsumen setiap harinya, salah satu cara yang dapat diambil oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani adalah memberikan *brand* (merek) pada setiap produk yang dipasarkan. Elma mengatakan bahwa:

---

[2] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 26 Maret 2018

[3] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 26 Maret 2018

[4] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 26 Maret 2018

> "Tentang *brand* (merek) saya sudah memilikinya kak, berupa logo dan untuk namanya saya beri nama Jasa Henna Elma Fitriani. Terkait pendaftaran *brand* (merek) tersebut saya belum mendaftarkannya karena saya masih berjalan 2 (dua) tahun dan saya rasa waktu 2 (dua) tahun tersebut masih dalam tahap merintis. Untuk produk, saya belum bisa memproduksi sendiri alias produk yang saya jual bukan merupakan produksi sendiri. Sebenarnya, produk yang saya beri brand itu sebelumnya sudah ada *brand* (merek) dari produsen sebelumnya."[5]

Pemberian *brand* (merek) biasanya dilakukan oleh pemilik usaha yang melakukan kegiatan usaha dari barang mentah menjadi barang jadi atau siap pakai kalaupun ada yang melakukan pemberian *brand* (merek) terhadap barang yang sudah jadi biasanya mereka sudah melakukan perjanjian kerjasama. Elma menuturkan bahwa:

> "Mungkin kegiatan saya ini bisa dikatakan sebuah *rebranding* (pemberian ulang merek). Namun saya menggaris bawahi bahwa untuk izin melakukan rebranding, alhamdulillah saya sudah mendapatkannya kak."[6]

Elma mengungkapkan bahwa bisa dibilang dirinya tidak sendiri dalam melakukan *rebranding* di lingkup usaha yang digelutinya.

> "Sepengetahuan saya, di dunia henna rata-rata melakukan *rebranding* dalam menjual produk henna. Saya mengetahui hal tersebut dari beberapa media sosial yang saya gunakan kak."[7]

---

[5] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 26 Maret 2018

[6] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 26 Maret 2018

[7] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 26 Maret 2018

2. **Motivasi Pemilik Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung Melakukan *Rebranding***

Dari ungkapan Elma selaku pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yang menyatakan bahwa telah melakukan *rebranding* (pemberian ulang merek), terdapat motivasi yang melatarbelakangi pemilik toko *online* tersebut melakukan hal tersebut. Sebagaimana penuturan Elma saat diwawancarai dikediamannya:

> "Saya melakukan rebranding kebetulan di tahun yang sama saya memulai usaha yakni ditahun 2016. Alasan saya melakukan *rebranding* agar konsumen bisa dengan mudah mengenali produk yang saya jual, dan sengaja saya memberi *brand* (merek) sesuai dengan produk jasa yang saya tawarkan tak lain untuk memudahkan konsumen dalam mengenali produk saya. *Rebranding* bagi saya merupakan angin segar yangmana saya sebelumnya tidak memiliki produk namun saya bisa menjual sebuah produk dengan *brand* (merek) sesuai keinginan saya sendiri, disamping itu ketertarikan saya terhadap rebranding tak lain karena produk yang saya jual laku keras dipasaran."[8]

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan tentang keuntungan, apakah keuntungan dapat diterima oleh semua pihak atau tidak.

> "Semua pihak menurut saya sama-sama diuntungkan kak, karena apa? Karena produk yang saya jual laku dipasaran hal tersebut pastinya menguntungkan juga bagi produsen sebelumnya"[9]

3. **Perencanaan Hingga Pelaksanaan *Rebranding* pada Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung**

Dalam dunia usaha, sebuah strategi mutlak diperlukan untuk menunjang keberhasilan sebuah produk dapat dikenal oleh konsumennya.

---

[8] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

[9] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

Seperti halnya toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yang memilih melakukan *rebranding* (pemberian ulang merek) dalam menjalankan usahanya, Elma mengungkapkan bahwa:

> "*Rebranding* bagi saya merupakan langkah strategis pemasaran dalam usaha saya karena kembali lagi kak, saya bisa menjual produk dengan *brand* (merek) yang saya buat yangmana *brand* (merek) tersebut sudah dikenal oleh pelanggan jasa ukir henna saya."[10]

Sebuah usaha pasti membutuhkan suatu perencanaan dan direalisasikan dengan pelaksanaan. Begitu juga dengan sebuah usaha *rebranding* (pemberian ulang merek). Sebuah perencanaan hingga pelaksanaan yang baik akan memberikan dampak terhadap produk yang dipasarkan. Perencanaan hingga pelaksanaan yang baik akan menghasilkan produk yang berkualitas, sedangkan perencanaan hingga pelaksanaan yang kurang baik akan memberikan dampak yang kurang maksimal terhadap produk yang akan dipasarkan. Elma mengungkapkan telah melakukan perencanaan hingga pelaksanaan dalam usahanya bahwa:

> "Ide *rebranding* muncul setelah banyak konsumen jasa ukir henna menanyakan produk henna dari saya. Saya menuliskan ide tersebut lalu saya konsultasikan dengan suami saya (kebetulan beliau jago desain) lalu ide saya tersebut direalisasikan menjadi sebuah logo. Selain itu kak saya mengemas produk saya dalam sebuah *cone* atau bisa dibilang kemasan ekonomis, jadi konsumen bisa mendapatkan produk dengan harga murah namun tetap berkualitas."[11]

Kemudian soal biaya yang dikeluarkan apakah sebanding dengan keuntungan yang didapat atau tidak, Elma menjawab:

---

[10] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

[11] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

> "Untuk biaya *rebranding* apakah sebanding dengan keuntungan, alhamdulillah sampai saat ini sebanding."[12]

Konsumen merupakan subyek terpenting dalam menjalankan usaha. Elma menjelaskan tentang daerah asal konsumennya:

> "Untuk konsumen saya rata-rata masih sekitaran Tulungagung. "[13]

Jasa ekspedisi ikut berperan penting dalam kegiatan usaha didunia *online*. Elma menyebutkan beberapa jasa ekspedisi yang digunakan guna menunjang kelancaran usahanya:

> "Terkait jasa ekspedisi yang saya tawarkan kepada konsumen ada JNT dan JNE."[14]

Kepercayaan konsumen merupakan hal yang tidak boleh dilupakan oleh seorang pelaku usaha. Berbagai cara dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan tersebut. Seperti ungkapan Elma bahwa:

> "Saya menjamin kualitas terhadap produk yang saya jual selain itu saya memberikan tester kepada konsumen saya. Untuk tanggapan konsumen terhadap produk saya alhamdulillah puas dan mereka selalu percaya, dan sampai saat ini belum ada konsumen yang komplain tentang produk saya."[15]

---

[12] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

[13] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

[14] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

[15] Hasil wawancara dengan Elma Fitriani selaku pemilik toko o*nline* Jasa Henna Elma Fitriani pada tanggal 14 April 2018

B. Temuan Penelitian

1. Pemahaman Pemilik Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung Mengenai *Brand* dan *Rebranding*

Salah satu cara agar produk yang dijual mudah dikenal oleh konsumen, pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani menambahkan sebuah tanda pengenal atau yang biasa disebut *brand* (merek). Namun disisi lain, Elma mengaku tidak melakukan proses produksi. Elma hanya melakukan pengemasan ulang dan membubuhi *brand* (merek) dalam produk yang dijualnya. Dalam istilah lain kegiatan yang dilakukan oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani dapat dikatakan sebagai *rebranding.*

2. Motivasi Pemilik Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung Melakukan *Rebranding*

Motivasi sangat diperlukan dalam menggeluti sebuah usaha. Seperti halnya di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yang termotivasi melakukan *rebranding.* Alasan yang diungkapkan pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yakni agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk yang ditawarkan. Disamping itu, dengan *rebranding* membuat Elma selaku pemilik toko *online* yang tidak memiliki produk sebelumnya tetap dapat menjual sebuah produk dengan brand (merek) sesuai dengan keinginannya.

3. Perencanaan Hingga Pelaksanaan *Rebranding* pada Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung

Sebuah perencanaan hingga pelaksanaan telah dilakukan oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yangmana dalam hal ini Elma selaku pemilik toko *online* mendapat bantuan yakni pembuatan *brand* (merek) berupa logo dari suami. Dalam hal produk yang ditawarkan, Elma selaku pemilik toko *online* menjual produknya dalam bentuk *cone* atau kemasan ekonomis yang kemudian diberi *brand* (merek) pada sisi kemasan. Untuk menumbuhkan suatu kepercayaan terhadap konsumen, Elma mengaku selalu menjaga kualitas produk serta memberikan tester pada setiap produknya.

C. Analisis Data

1. Pemahaman Pemilik Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung Mengenai *Brand* dan *Rebranding*

Brand (merek) tidaklah asing bagi sebagian besar pelaku usaha, namun istilah *rebranding* (pemberian ulang merek) dapat dipastikan bahwa tidak semua pelaku usaha mengetahuinya. *Rebranding* merupakan pemberian ulang terhadap merek yang sudah ada sebelumnya, baik itu menggantinya kedalam bentuk label atau sejenisnya. Sudah banyak pelaku usaha yang melakukan *rebranding* namun mereka tidak mengetahui istilah yang tepat bagi usahanya tersebut. Ketidaktahuan ini memang sangat wajar, karena pada umumnya istilah *rebranding* digunakan oleh suatu

perusahaan ketika ingin mengubah suatu *brand* (merek) dari perusahaannya sendiri.

Selama dua tahun terakhir pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani telah melakukan *rebranding*. Hal yang melatarbelakangi Elma selaku pemilik toko *online* melakukan *rebranding* tak lain karena permintaan konsumen yang menginginkan produk yang sama seperti produk yang digunakan Elma saat mengukir tangan atau kaki para pelangannya. Produk yang ditawarkan antara lain jasa henna, pasta kutek, pasta ukir, dan henna putih *(white henna)*. Dari semua produk yang ditawarkan kepada konsumen, semua diberi label berupa logo pada salah satu sisi produknya yang bertuliskan Jasa Henna Elma Fitriani. Terkait dengan pemahaman pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani terhadap *rebranding*, diperoleh sebuah jawaban saat wawancara pada tanggal 26 Maret 2018 yang mengungkapkan bahwa kegiatan usaha yang dilakukannya sekarang merupakan *rebranding* atau pemberian ulang merek, meski begitu kegiatannya tersebut sudah mendapat izin dari pihak sebelumnya.

2. Motivasi Pemilik Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung Melakukan *Rebranding*

Manusia melakukan sesuatu karena ada dorongan yang disebut motivasi, oleh karena itu manusia harus mempunyai motivasi tak terkecuali dalam melakukan usaha. Usaha *rebranding* yang dilakukan oleh

pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani dimotivasi dengan adanya sebuah alasan yang diungkapkan Elma selaku pemilik toko *online* bahwa alasannya melakukan *rebranding* agar konsumen bisa dengan mudah mengenali produk yang dijual pada toko *online*-nya. Disamping itu, Elma juga mengungkapkan bahwa produk yang di *rebranding* olehnya laku keras dipasaran. Beberapa alasan yang diungkapkan merupakan suatu hal yang wajar di dunia usaha bahwa setiap produsen menginginkan produk yang dijualnya mendapat tempat dipasaran serta produsen mendapat keuntungan dari setiap produk yang dijualnya.

3. Perencanaan Hingga Pelaksanaan *Rebranding* pada Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung

Dalam sebuah usaha yang memerlukan perencanaan hingga pelaksanaan, diperoleh keterangan dari pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani saat melakukan wawancara 14 April 2018 bahwa Elma mendapat bantuan dari suaminya dalam pembuatan *brand* (merek). Disamping itu, menjaga kualitas serta meberikan tester produk kepada konsumen merupakan pelaksanaan yang menunjang dilakukannya *rebranding*. Hal yang baru membutuhkan sesuatu yang lebih untuk ditawarkan kepada konsumen itulah sebabnya Elma mengunakan beberapa strategi tersebut.