

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sumbergempol. Sumbergempol merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Sumbergempol terletak di sebelah timur dari pusat kota Tulungagung atau lebih tepatnya 7 km ke arah tenggara dari alun-alun kabupaten Tulungagung. Sumbergempol termasuk dalam beberapa jajaran kecamatan di kabupaten Tulungagung dengan potensi yang cukup besar.

Lokasi Swarga Hijab terletak di Desa Sumberdadi Kecamatan Sumbergempol, tepatnya perempatan barat Polsek Sumbergempol ke selatan kurang lebih 50 M. Swarga Hijab ini memiliki lokasi yang cukup strategis

##### **2. Sejarah Berdirinya Swarga Hijab Tulungagung**

Swarga Hijab merupakan usaha rumahan yang memproduksi berbagai jenis hijab dan gamis. Usaha ini pertama didirikan oleh Bapak Agung Hartadi. Sejarah pertama kalinya Swarga Hijab pemilik hanya menjualkan merek orang lain yang dilakukan selama 2 tahun. Dengan seiring berjalannya waktu pemilik Swarga Hijab ini berfikir untuk mendirikan usahanya sendiri dengan alasan bidang penjualanya berpeluang bagus dalam berbisnis.

Sekitar awal bulan Ramadhan 2017 pemilik bekerjasama dengan mitra konveksi untuk berencana membuat beberapa produk gamis dan hijab. Pemilik Swarga Hijab langsung terjun untuk handle bagian manajemen dan penjualan. Pada masa penjualan sekitar agustus 2017 masih menjual 9 step itupun tanpa merek, karena pemilik belum memiliki modal yang besar untuk membeli beberapa merek untuk produknya.

Alasan pemilik pada waktu itu masih ragu-ragu untuk membeli beberapa merek karena ditakutkan ada beberapa merek yang tidak laku di pasaran. Karena untuk merek pun juga terlampau mahal. Jadi pemilik dan mitra menjual tanpa merek. Dengan berjalannya waktu ternyata beberapa produk terjual dengan baik dan membangkitkan semangat dalam berjualan. Produk ini pun bisa diterima oleh para pelanggan.

Pada akhirnya selang lebaran pemilik mencoba merevisi usaha ini dikarenakan kekurangan modal pemilik mencari beberapa investasi dengan cara mencari teman atau partner kerja untuk mencoba dan memberikan modal di usaha ini. Dengan adanya beberapa investasi yang masuk pemilik mengelola perusahaan ini semakin tumbuh, berkembang dan sudah memiliki merek, dan yang dulu hanya bisa menjual ribuan atau jutaan sekarang omsetnya sampai ke milyaran.

### **3. Visi dan Misi Swarga Hijab Tulungagung**

#### **a. Visi**

Membuat sebuah baju ataupun gamis dengan kualitas bagus yang menutup aurat dengan sempurna dan dipakai juga nyaman.

b. Misi

- 1) Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar khususnya Tulungagung.
- 2) Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen

#### **4. Tujuan Swarga Hijab Tulungagung**

Dengan mendirikan Swarga Hijab ini, diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja khususnya daerah Tulungagung dan memajukan tingkat ekonomi daerah.

#### **5. Struktur Organisasi**

Agar suatu organisasi bisa tercapai, maka dalam suatu usaha pasti diperlukan adanya organisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran rencana tentang sekelompok orang yang mengadakan kerjasama dengan pembagian tugas, tanggungjawab, dan wewenang yang jelas.

a. Pemilik

- 1) Agung Hartadi

b. Dewan Komisaris

- 1) Yusan Wicaksono
- 2) Nico Said Maliki

c. Dewan Direksi

- 1) Agung Hartadi
- 2) Anang

d. Penasehat Produksi

- 1) Samsiah

- 2) Rohman
- e. Bagian Produksi
  - 1) Produksi House 1 : Samsiah
  - 2) Produksi House 2 : Lia
  - 3) Produksi House 3 : Yuli
- f. HRD
- g. Karyawan

## **B. Paparan Data**

Paparan data adalah gambaran dari pengumpulan data lapangan yang akan membahas mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk Swarga Hijab Tulungagung. Strategi pemasaran di Swarga Hijab Tulungagung dalam melakukan kegiatan produksi selalu mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen dengan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan penjualan.

### **1. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung**

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang menyeluruh dan terpadu dalam bidang pemasaran, yang menggambarkan panduan tentang kegiatan pemasaran suatu perusahaan yang akan dijalankan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Swarga Hijab Tulungagung telah menerapkan strategi pemasaran, yaitu yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat.

a. Strategi Produk

Produk merupakan suatu barang dan jasa yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk Swarga Hijab merupakan sebuah merek yang diciptakan oleh perusahaan untuk proses interaksi dalam membentuk pemikiran konsumen pada produk tersebut. Dapat juga digunakan untuk membedakan produk-produk sejenis dari perusahaan lain. Produk yang dihasilkan pada perusahaan tersebut adalah produk busana muslim yang dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk pakaian yang secara sempurna menutup aurat bagi pengguna dan juga mengikuti model masa kini. Produk yang diproduksi oleh Swarga Hijab Tulungagung adalah Gamis dan Bergo. Seperti penuturan dari Bapak Agung selaku pemilik Swarga Hijab Tulungagung, beliau mengatakan:

“Disini kita menghasilkan sebuah produk busana muslim yang menutup aurat secara sempurna dan juga mengikuti model masa kini. Swarga Hijab untuk saat ini memproduksi dua produk mbak, gamis sama bergo, Cuma varian gamisnya ada banyak banget macem-macamnya. Kalau yang masih bertahan sampai sekarang ada sepuluh model, tapi juga terus gonta-ganti gitu modelnya sama bergo”.<sup>1</sup>

Dari penjelasan Bapak Agung bahwasanya Swarga Hijab ini memproduksi dua macam produk yaitu gamis dan bergo. Dimana dalam setiap produk tersebut memiliki berbagai macam bentuk dan model.

Adapun dalam strategi pemasaran produk yang diterapkan meliputi, penentuan logo dan motto, menciptakan merek dan kemasan. Dengan adanya

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

pemberian merek yang dimiliki oleh Swarga Hijab, maka konsumen akan lebih mengenal atau lebih percaya akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Agung, yaitu sebagai berikut:

“Strategi pemasaran yang saya lakukan dengan penciptaan merek menggunakan nama Swarga Hijab, sedangkan untuk pemberian logo dan motto sampai saat ini kita masih belum memakai. Jadi gini ya mbak, pertama merek dan brand positioning itu harus kuat dibenak konsumen. Jadi kaya hari ini ya mbak, ada banyak kasus ada banyak orang beli yang tidak sesuai spek dan ada orang beli penipuan. Nah disini kita berupaya menciptakan memberikan sebuah layanan dan kepastian barang bagus dan juga barang sampai dengan merek. Jadi ibaratnya ketika orang beli hijab namanya swarga pasti sudah ada jaminan bagus dan ada jaminan barang sampai. Kenapa saya memberikan nama merek Swarga Hijab ini karena swarga kan berarti berkah, jadi disini kami mendirikan usaha ini semata-mata tidak hanya mencari keuntungan saja tetapi juga keberkahan dan untuk kemaslahatan umat. Swarga Hijab ini merupakan sebuah nama produk perusahaan yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan umat muslim khususnya kaum wanita dalam berbusana menurut syariat islam yang benar”.<sup>2</sup>

Dari penjelasan Bapak Agung selaku pemilik Swarga Hijab dalam strategi pemasaran produk yang dilakukan pemilik memberikan merek dengan nama Swarga Hijab. Sedangkan untuk logo dan motto sampai sekarang masih belum menggunakan. Selain itu dengan pemberian merek memudahkan para konsumen untuk mengingat dan mengetahui produk perusahaan tersebut. Produk yang diproduksi Swarga Hijab juga tetap memperhatikan kualitas produk yang bagus.

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

“Di perusahaan ini kita selalu memberikan sebuah hasil produk yang tentunya bagus, nyaman dipakai, dan juga mengikuti style masa kini. Jadi kualitas tetap menjadi tujuan kami agar konsumen dapat puas akan produk kami”.<sup>3</sup>

Selain itu, Saudara Angga juga menambahkan bahwa:

“Disini kita juga tidak hanya fokus terhadap kualitas produk saja, tetapi juga bertanggungjawab. Misal, barang sampai tujuan itu ada yang cacat atau robek, jadi disini kita mengganti dengan barang yang baru. Misal, barang tersebut sudah sampai Jakarta dan sudah berada di tangan konsumen terus ada kecacatan nah disitu kita mengganti dengan barang yang baru. Dalam hal kualitas produk disini kita juga selalu memperhatikan pemilihan bahan baku atau kain yang bagus agar kualitasnya tetap terjaga”.<sup>4</sup>

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, pemilik Swarga Hijab sangat mengutamakan kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas produk yang diterapkan oleh Swarga Hijab Tulungagung, maka akan menarik minat beli konsumen dan juga dapat meningkatkan penjualan. Di samping itu jaminan produk sangat diutamakan, karena apabila ada kerusakan pada suatu barang saat pengiriman, pihak Swarga Hijab mengganti barang tersebut dengan yang baru. Semua itu dilakukan agar konsumen tetap merasa puas dan akan kembali membeli produk yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut.

Hal itu sudah dibuktikan dari penjelasan konsumen yang sudah memakai produk Swarga Hijab sebagai berikut:

“Saya awalnya belum tau mbak Swarga Hijab itu apa. Nah saya taunya dari temen saya, ternyata swarga hijab itu merek produk

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

<sup>4</sup> Wawancara dengan Saudara Angga (Karyawan Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

syar”i dan saya juga dikasih tau contoh-contoh produk yang dipromosikan di internet kok keliatannya bagus ya. Saya tertarik untuk mencoba membeli produk ternyata setelah saya beli produknya enak dipakai dan model-modelnya juga bagus. Sekarang saya sudah langganan disini mbak.”<sup>5</sup>

#### b. Strategi Harga

Harga merupakan sesuatu yang dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan barang maupun produk yang diinginkan, penentuan harga yang dilakukan oleh Swarga Hijab dengan melihat harga bahan baku dan juga harga yang ada dipasaran. Seperti yang dikatakan Bapak Agung sebagai berikut:

“Untuk strategi penetapan harga kita tentukan sesuai dengan kualitas produk yang kita hasilkan. Jadi kita kan punya kompotitor ya mbak, kemudian kita ada bahan, jadi kita menggabungkan sama itu. Harga dipasaran berapa kemudian juga total bahan berapa. Misal, kita ambil segini cukup nggak dan untung nggak, ternyata cukup dan untung. Nah rumus kita malah kita naikkan sedikit. Jadi misal harga dipasaran 390 gitu itu kita naikkan sedikit, malah seperti itu kalau di Swarga. Karena apabila barang semakin mahal semakin bagus kualitasnya”.<sup>6</sup>

Saudara Angga menambahkan bahwa:

“Untuk harga disini kita sesuaikan dengan kualitas produk kita mbak, jadi kita berani ambil harga mahal, karena disini kita membawa kualitas yang bagus. Pelanggan juga banyak yang puas dan kembali untuk membeli produk kita lagi. Dan disini kita mematok harga mulai dari Rp.175.000-Rp.485.000 per produknya”.<sup>7</sup>

Dari penjelasan Bapak Agung dapat ditarik kesimpulan bahwa, dalam hal penetapan harga beliau melihat harga produk di pasaran dan total bahan untuk

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ambar Tri (Konsumen Swarga Hijab), pada 4 Mei 2019

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

<sup>7</sup> Wawancara dengan Saudara Angga (Karyawan Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

membuat produk. Swarga Hijab menaikkan sedikit dari harga pasaran karena apabila harga suatu barang semakin mahal maka semakin bagus pula kualitas produknya.

c. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen maupun pada pasar sasaran. Bentuk-bentuk promosi dapat digunakan melalui periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan promosi penjualan (*sales promotion*). Swarga Hijab dalam promosi produknya menggunakan cara periklanan (*advertising*) yang dikatakan Bapak Agung sebagai berikut:

“Kita melakukan promosi dengan memanfaatkan media online seperti facebook, youtube, instagram dalam meningkatkan penjualan. Dan disini kita juga sudah memiliki website sendiri yaitu [swargahijab.com](http://swargahijab.com)”.<sup>8</sup>

Dari penjelasan Bapak Agung diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, promosi yang diterapkan Swarga Hijab dengan memanfaatkan media yang ada. Cara yang digunakan yaitu melalui berbagai macam media sosial dan ditunjang adanya website perusahaan. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini dapat dimanfaatkan sebagai media dalam memberitahu kepada konsumen tentang produk yang akan dipasarkan dan tentunya lebih cepat diterima.

“Strategi promosi yang kita lakukan dengan lewat media ini mendapatkan tanggapan positif dari konsumen. Banyak konsumen

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

yang bertanya-tanya mengenai produk kita, dan Alhamdulillah banyak yang respon”.<sup>9</sup>

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, strategi promosi dengan menggunakan sosial media akan mudah merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

d. Strategi Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat pasti memerlukan pertimbangan yang cermat agar dapat menunjang berlangsungnya suatu usaha tersebut. Hal ini seperti yang dikatakan Bapak Agung sebagai berikut:

“Dalam strategi tempat ini pastinya kita memilih tempat yang lebih strategis ya mbak, dan tentunya juga mudah dijangkau oleh konsumen. Pertama awal pembukaan swarga hijab kita kantornya di dekat stasiun, itu tempatnya kecil dan disana juga terlalu bising karena ada kereta. Akhirnya kita pindah tempat yang lebih luas dan juga dekat area produksi. Karena tempat produksi kita ada 3 mbak, yang dua di desa Wonorejo dan yang satunya di Plosokandang”.<sup>10</sup>

Dari penjelasan Bapak Agung diatas dapat diketahui bahwa, menentukan tempat untuk melakukan sebuah usaha harus memilih tempat yang strategis dan juga melihat potensi dikawasan tersebut.

“Selain kita memilih tempat yang dekat dengan rumah produksi, disini lokasi kita juga berdekatan dengan perumahan, Kantor Dinas Pendidikan Sumbergempol, dan pusat Kecamatan Sumbergempol. Jadi tentunya itu merupakan tempat yang strategis bagi kita dalam melakukan proses penjualan. Dan lokasi ini mudah dijangkau karena

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

banyak konsumen dan distributor yang langsung datang ke lokasi untuk mengambil barang pesannya”.<sup>11</sup>

Dari penjelasan Bapak Agung diatas dapat diketahui bahwa, lokasi tempat yang dipilih berdekatan dengan perumahan, Kantor Dinas, dan pusat kecamatan. Dengan tempat yang strategis banyak orang yang dapat mengetahui lokasi usaha Swarga Hijab.

Dengan adanya berbagai strategi yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat bisa mempengaruhi penjualan yang bisa meningkatkan omset perusahaan. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Agung sebagai berikut:

“Ya dengan adanya strategi-strategi yang kita lakukan itu omset perusahaan semakin meningkat dan perusahaan semakin berkembang. Awalnya omset kita cuma jutaan dan sekarang sudah mencapai milyaran. Tujuan kita menetapkan strategi tersebut untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan Alhamdulillah itu sudah terealisasi”.<sup>12</sup>

Saudara Alindy menambahkan bahwa:

“Strategi tersebut sangat penting bagi perusahaan kita, karena dengan melakukan strategi pemasaran yang maksimal perusahaan akan terus mengalami peningkatan. Terutama dalam hal promosi yang kita lakukan dengan gencar-gencaran melakukan promosi melalui media sosial dan juga kita sudah memiliki website sendiri. Dalam website tersebut terdapat berbagai jenis produk yang kita tawarkan dan banyak konsumen yang tertarik dengan produk kita”.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 10 Januari 2019

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 21 Maret 2019

<sup>13</sup> Wawancara dengan Saudara Alindy (Karyawan Swarga Hijab), pada 21 Maret 2019

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa, strategi produk, harga, promosi, dan tempat sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Dengan adanya strategi yang maksimal dapat membantu perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran secara baik dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

## **2. Pembahasan Tentang Faktor Penghambat Dan Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung**

- a. Faktor-faktor yang menjadi penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk Swarga Hijab Tulungagung.

### 1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Dengan adanya produk dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan yang dijalankan. Dalam meningkatkan penjualan pasti tidak akan berhasil apabila memiliki hambatan pada saat memasarkan produk, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Agung sebagai berikut:

“Faktor penghambat yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan yaitu pertama dari segi model ya mbak, jadi ketika kita salah menentukan model itu nanti pasti produknya akan lambat. Misalnya, model ini kurang disukai dan kemudian kita terlanjur buatnya banyak nah itu menjadi problem. Kedua, dari segi foto. Misalnya foto produknya kurang tajam, kurang bagus itu juga menjadi hambatan. Dan kita beberapa kali launching produk tapi fotonya kurang memuaskan itu juga menjadikan penjualan lambat. Kemudian juga dari kompetitor, jadi misal kompetitor pas

launching kita juga pas launching itu kan menang-menangan produk, kadang kita menang kadang kita kalah. Jadi seperti itu dari berbagai hal ada kelemahan atau hambatan”.<sup>14</sup>

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada strategi pemasaran produk hambatan yang terjadi adalah ketika produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen atau model yang di keluarkan kurang banyak diminati oleh para konsumen. Selain itu juga hasil dari foto produk yang kurang memuaskan juga dapat menjadi hambatan pada saat melakukan pemasaran produk Swarga Hijab Tulungagung.

## 2) Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang konsumen bayarkan untuk membeli salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam penetapan harga pasti banyak yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha, termasuk hambatan yang terjadi ketika sesudah menetapkan harga suatu produk tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Agung, sebagai berikut:

“Hambatan yang terjadi pada saat menentukan harga ketika harga barang ke mahalannya kurang laku dan kalau terlalu murah juga nggak laku. Jadi kita itu ketika memberikan harga yang pas kadang-kadang susah kadang juga mudah. Ketika harga yang kita berikan terlalu murah atau dibawah pasaran, pemikiran konsumen beranggapan kualitasnya rendah atau biasa-biasa aja”.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, kendala yang dihadapi pada saat menetapkan harga ketika harga barang terlalu murah konsumen beranggapan produk tersebut memiliki kualitas yang rendah, begitupun sebaliknya. Jadi harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam membeli produk Swarga Hijab Tulungagung.

### 3) Promosi

Promosi merupakan cara sebuah perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada konsumen. Dengan adanya promosi maka konsumen yang akan dituju akan tepat sasaran. Namun, dalam melakukan promosi juga tidak mudah seperti yang direncanakan. Terdapat beberapa hambatan.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Agung yaitu:

“Hambatan pada saat promosi kita habis uang buat promosi. Jadi kita kan promosi prabayar ya mbak, kemudian kita selalu mentargetkan untuk market tertentu, ternyata promosi yang kita bayar itu nggak laku atau nggak closing itu menjadi hambatan buat kita. Keluar uang tapi nggak dapat penjualan”.<sup>16</sup>

Dari ungkapan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala yang dihadapi oleh Swarga Hijab atas promosi produk yang dilakukannya adalah ketika biaya yang dikeluarkan untuk promosi tidak sesuai dengan profit penjualan produknya. Promosi merupakan penentu akan pengenalan suatu produk dan cara menarik minat konsumen agar mengerti produk yang akan dibelinya.

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

#### 4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada disekitar. Dengan berjalannya usaha Swarga Hijab terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi setelah penentuan tempat usaha tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Agung:

“Hambatan yang kita hadapi pertama adalah mencari tempat yang presentatif untuk kita, apalagi swarga hijab pertumbuhannya sangat cepat. Disini tokonya juga tidak terlalu luas dan barang-barang yang kita produksi juga semakin banyak. Selain itu orang-orang yang lewat di depan toko kita ini biasanya hanya melihat dari luar saja, karena di Swarga Hijab ini tidak hanya toko online tetapi juga toko offline. Biasanya konsumen yang sering datang kesini itu adalah konsumen yang akan mengambil barang pesannya”.<sup>17</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa mendirikan suatu usaha kita tidak dapat memungkiri akan adanya kendala-kendala yang dihadapi dan harus siap dengan kemungkinan yang akan terjadi. Dalam menentukan tempat usaha harus merinci apa saja yang dibutuhkan untuk kegiatannya. Dengan itu kita dapat menetapkan tempat sesuai dengan kebutuhan dan fungsinya.

- b. Faktor pendukung dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yang dilakukan oleh Swarga Hijab Tulungagung agar usaha yang dijalankan dapat terus berjalan dengan lancar.

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

## 1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Ketika produk mengalami hambatan maka harus segera ada penyelesaian untuk kelangsungan usaha tersebut:

“Faktor yang menjadi pendukung dalam mengatasi masalah ketika produk yang kita produksi modelnya salah dan kurang diminati konsumen, itu kita adakan promo dan bonus. Misalnya, beli dua gratis hijab. Jadi kita membuat promo yang menarik agar konsumen berminat untuk membelinya”.<sup>18</sup>

Kesimpulan dari pendapat diatas adalah dalam menghadapi hambatan ketika terjadi kesalahan pada saat produksi dan model produk kurang diminati konsumen, Swarga Hijab memberikan promo dengan menurunkan harga dan juga memberikan bonus.

## 2) Harga

Harga merupakan penentu untuk konsumen dalam membeli salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika penetapan harga mengalami hambatan pasti akan mengakibatkan penurunan penjualan.

“Untuk mengatasi hambatan ketika harga yang kita berikan kemahalan, kita dari Swarga Hijab mempunyai solusi yaitu dengan menurunkan setengah harga dari produk yang kita pasarkan”.<sup>19</sup>

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam mengatasi hambatan pada penetapan harga, Swarga Hijab akan menurunkan setengah harga produk yang dipasarkan. Jadi suatu

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

perusahaan harus memiliki sebuah strategi jitu agar tidak kehilangan segmentasi pasar dan juga dalam penjualan terus bisa mengalami peningkatan.

### 3) Promosi

Promosi merupakan suatu cara dalam kegiatan pemasaran produk yang akan dipasarkan dapat diketahui oleh konsumen yang akan membeli barang pada sebuah usaha. Ketika promosi mengalami hambatan maka akan mengakibatkan lambatnya penjualan. Untuk itu Swarga Hijab dalam mengatasi hambatan yang dihadapi dengan melakukan berbagai hal, yaitu:

“Untuk mengatasi hambatan dalam promosi, kita tetap melakukan promosi sebaik mungkin. Belajar lagi ikut workshop, coba lagi sampek kita berhasil. Jadi ketika kita broadcast itu kita evaluasi problemnya di apa, misal problemnya di pemilihan gambar yang kurang bagus dan image copynya kurang bagus kata-katanya kita benahi kembali”.<sup>20</sup>

Dalam menghadapi hambatan saat melakukan promosi, berdasarkan penjelasan Bapak Agung tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mendukung strategi promosi yang dilakukan tetap berjalan dengan baik yaitu, selalu mengadakan evaluasi pada saat terjadi kesalahan pada gambar dan kata-kata yang masih kurang meyakinkan ataupun memuaskan. Jadi dengan promosi yang maksimal akan mudah merayu konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan Swarga Hijab Tulungagung.

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

#### 4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Ketika ada hambatan dengan lokasi penjualan maka harus segera mencari solusi atau faktor pendukung untuk mengatasi masalah tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Agung yaitu:

“Dalam mengatasi hambatan ketika kita mengalami masalah dengan tempat usaha kita berencana untuk memperluas kawasan usaha dan lokasi yang sangat presentatif, karena semakin kesini produk-produk yang kita hasilkan semakin banyak dan semakin banyak pula produk yang harus disimpan terlebih dahulu sebelum dipasarkan ke konsumen. Toko ini juga belum terlalu banyak diketahui oleh konsumen maka kita menggalakkan jual beli dengan secara online. Dengan jual beli online konsumen banyak mengetahui produk-produk yang kita tawarkan.<sup>21</sup>

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bawasannya tempat juga merupakan hal penting dalam melakukan beberapa kegiatan usaha dan merupakan faktor pendukung jalannya produksi dan penjualan. Dengan adanya kendala lahan yang kurang presentatif, Swarga Hijab merinci apa-apa yang diperlukan untuk mengantisipasi kendala-kendala tersebut. Selain itu Swarga Hijab menggalakkan penjualan secara online karena dengan cara ini produk yang dipasarkan akan cepat diterima dan diketahui oleh konsumen.

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Agung (Pemilik Swarga Hijab), pada 16 Januari 2019

## **C. Temuan Penelitian**

### **1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung**

Dalam upaya meningkatkan penjualan Swarga Hijab Tulungagung perlu melakukan berbagai strategi pemasaran yang memadai. Dengan adanya strategi yang tepat maka tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat tercapai. Setelah melakukan pengamatan di Swarga Hijab Tulungagung strategi bauran pemasaran yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

#### **a. Produk**

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran produk meliputi penentuan logo dan motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan, dan juga menjaga kualitas. Swarga Hijab Tulungagung dalam strategi pemasaran produk dalam menciptakan merek dengan memilih nama Swarga hijab, sedangkan untuk logo dan motto sampai saat ini masih belum menggunakan. Produk unggulan yang diproduksi ada dua macam yaitu, gamis dan bergo dengan kualitas produk yang secara sempurna menutup aurat dan juga tetap mengikuti model masa kini. Dalam menawarkan produk Swarga Hijab sangat mementingkan kepuasan konsumen dengan selalu menjaga kualitas yang ada.

b. Harga

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran dalam penetapan harga yang ditawarkan oleh Swarga Hijab mulai dari 175.000 hingga 485.000 tergantung model dan jenis yang dibeli. Swarga Hijab dalam menentukan harga sedikit lebih tinggi dari pasaran karena mutu produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus.

c. Promosi

Berdasarkan paparan data terkait strategi promosi dapat dianalisis bahwa, strategi promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Swarga Hijab dalam mempromosikan produk dengan cara periklanan. Dengan menggunakan website, facebook, youtube, dan instagram. Cara promosi tersebut dianggap efektif karena dapat dengan mudah untuk menyebar luaskan informasi mengenai produk yang akan dipasarkan. Dengan adanya fasilitas ini juga dapat menunjang dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

d. Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa, strategi tempat yang dipilih dengan memilih lokasi yang strategis dan tentunya mudah diketahui oleh konsumen. Swarga Hijab memilih lokasi di Desa Sumberdadi karena area penjualan berdekatan dengan rumah produksi, perumahan, dan pusat kota Tulungagung.

Dengan adanya strategi produk, harga, promosi, dan tempat dapat mempengaruhi penjualan yang bisa meningkatkan omset perusahaan. Terutama dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Swarga Hijab dengan gencar melakukan promosi melalui media sosial seperti adanya website yang terdapat berbagai macam produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Dengan cara tersebut lebih cepat diterima oleh konsumen dan konsumen akan tertarik akan produk tersebut.

## **2. Analisis Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab**

a. Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk Swarga Hijab Tulungagung.

### 1) Produk

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa produk yang dijual di Swarga Hijab bermacam-macam. Hambatan yang dihadapi Swarga Hijab ketika produksi mengalami kesalahan atau model yang dikeluarkan kurang banyak diminati oleh konsumen dan juga pada saat launching produk kurang memuaskan. Hal tersebut dapat menjadikan penjualan perusahaan lambat.

### 2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa, harga merupakan suatu penentu bagi

konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hambatan yang dihadapi Swarga Hijab dalam memberikan harga yang terlalu mahal dan kurang diterima oleh konsumen. Karena Swarga Hijab dalam menentukan harga yang pas masih mengalami kesulitan pada saat memberikan harga yang murah tetapi konsumen beranggapan barang tersebut memiliki kualitas rendah.

### 3) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat dan strategi pemasaran promosi dapat dianalisis bahwa, setiap perusahaan pasti memiliki berbagai cara dalam memasarkan produk yang dihasilkan termasuk dengan melakukan kegiatan promosi. Promosi sebagai cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mengenalkan berbagai produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Promosi tidak akan berjalan dengan baik apabila terjadi hambatan yang dapat menghambat konsumen untuk mengetahui produk yang akan dijual. Hambatan terjadi ketika pada waktu broadcast produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi.

### 4) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa, tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada disekitar. Hambatan yang dihadapi Swarga Hijab dalam menentukan lokasi adalah ketika barang yang

di produksi semakin banyak dan luas toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi penjualan produk swarga hijab yang juga dalam menjual produknya tidak hanya secara online tetapi juga offline.

- b. Faktor pendukung dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yang dilakukan oleh Swarga Hijab Tulungagung.

1) Produk

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran produk dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab pada saat produksi mengalami kesalahan dan kurang diminati oleh konsumen yaitu Swarga Hijab mengadakan sebuah promo dan bonus. Dengan cara itu dilakukan agar barang yang sudah di produksi dapat terjual, sehingga proses penjualan terus berjalan dan tetap mengalami peningkatan.

2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran harga dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab dalam memberikan harga yang terlalu mahal dan kurang di terima oleh konsumen yaitu Swarga Hijab memiliki strategi dengan menurunkan setengah harga produk yang dipasarkan. Strategi itu digunakan agar penjualan pada perusahaan terus berjalan.

### 3) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran promosi dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab ketika pada saat broadcast produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi yaitu dengan mengadakan evaluasi dan pembenahan problem yang terjadi pada saat broadcast agar kegiatan promosi bisa berjalan dengan baik dan diterima oleh konsumen.

### 4) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran tempat dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab ketika barang yang di produksi semakin banyak dan luas toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi penjualan yang tidak hanya menjual produk secara online tetapi juga offline yaitu Swarga Hijab berencana untuk memperluas lokasi penjualan karena masih terdapat lahan yang kosong dan menggalakkan penjualan secara online dengan memanfaatkan semua media sosial. Dengan cara ini konsumen akan lebih cepat menerima informasi mengenai produk yang dipasarkan oleh Swarga Hijab Tulungagung.