

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum Akahijab Tulungagung

1. Sejarah Akahijab Tulungagung

Akahijab Tulungagung berdiri pada bulan Agustus 2016. Meskipun belum memiliki badan hukum, tapi toko ini didirikan dari tanah milik sendiri. Pendiri dari toko Akahijab sendiri adalah mbak “Mira Rahmandini”. Ibu dari satu anak ini, mengawali bisnis dengan berjualan lipstik secara online melalui media sosial instagram. Kemudian setelah melihat ada peluang yang bagus, beliau mencoba untuk berjualan jilbab dengan modal awal sebesar 500.000 dari uang milik pribadi. Jilbab tersebut dijual secara online dengan menggunakan akun sosial media instagram juga. Jilbab yang dijual mbak Mira ini banyak diminati oleh para kaum hawa. Tidak hanya masyarakat Tulungagung, tetapi ada juga yang dari luar Tulungagung.¹

Pada awalnya, banyak dari pelanggan mbak Mira yang ingin melihat barang secara langsung di tempat mbak Mira. Karena pada saat itu mbak mira belum memiliki toko sendiri, kemudian beliau berinisiatif untuk mengubah ruang garasi mobil menjadi toko jilbab. Sedangkan pemberian nama “Toko Akahijab” diambil dari nama anak mbak Mira yang memiliki nama panggilan Aka, mbak Mira menggabungkan Aka dengan produk yang dijualnya yaitu

¹ Hasil wawancara dengan Mbak Mira selaku pemilik Akahijab, Tanggal 29 Januari 2019

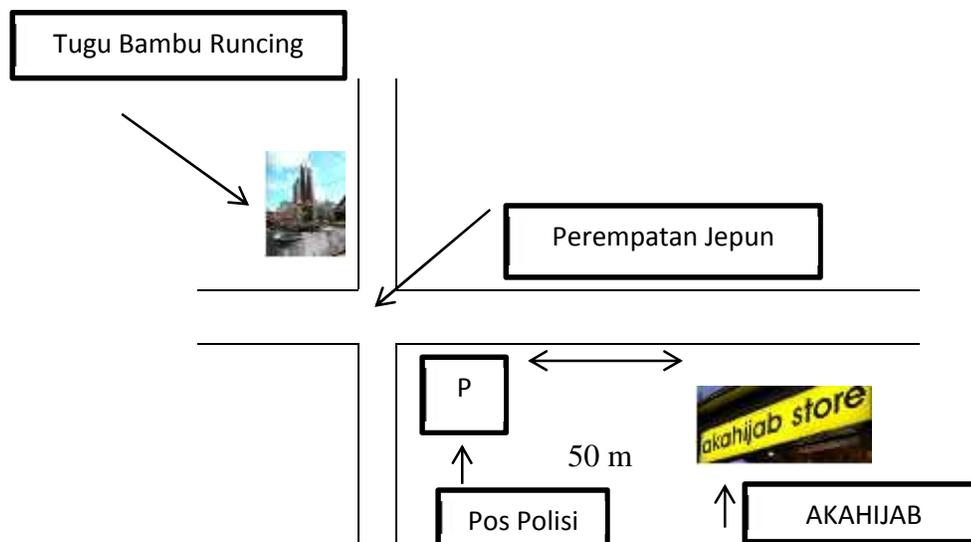
hijab. Sehingga mbak Mira memberi nama tokonya, sebagai “Toko Akahijab” agar lebih mudah diucapkan dan mudah diingat. Setelah toko Akahijab dibuka, mbak Mira tidak hanya menjual jilbab saja, melainkan busana muslim, jaket, blouse wanita, dan rok. Kemudian, di tahun 2018 mbak Mira juga menjual tas, dompet, kosmetik untuk menambah barang dagangannya. Tidak hanya itu, toko Akahijab sendiri tidak hanya menjual secara eceran tetapi juga melayani pembelian secara grosir. Sejauh ini, karyawan toko Akahijab ada empat orang yaitu Vero, Afifah, Andra, Tria. Gaji karyawan toko Akahijab sebesar 600.000 belum termasuk tunjangan uang makan. Toko Akahijab sendiri memasok barang dari konveksi luar kota yaitu, Jakarta, Bandung dan Solo.

Konsumen toko Akahijab ini tidak dibatasi usia, mulai dari anak-anak, remaja, mahasiswa, remaja dan orang dewasa juga sering belanja di Akahijab. Pendapatan yang diperoleh mbak Mira sendiri cukup banyak, Ketika hari-hari biasa pendapatan mbak Mira sekitar 3.000.000 – 4.000.000 perhari, apalagi ketika memasuki bulan ramadhan dan lebaran akan lebih ramai lagi sehingga pendapatan bisa meningkat drastis hingga 8.000.000-10.000.000 perhari. Tetapi ketika memasuki musim liburan, pendapatan yang di peroleh beliau menurun, sehingga pendapatan perhari ketika musim liburan sebesar Rp 2.000.000-3.000.000.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi toko Akahijab sendiri berada di Timur Perempatan Jepun dan Barat IAIN Tulungagung utara jalan. Toko Akahijab sendiri berada di pusat keramaian kota. Tepatnya berada di Jl. Mayor Sujadi No. 149 perempatan Jepun ke timur sedikit +/- 50 meter, sebelah selatan ada Tulisan Akahijab. Ini salah satu cara untuk promosi yang termasuk dalam strategi toko Akahijab dalam memperkenalkan tokonya kepada calon pelanggannya. Jam buka Toko Akahijab Tulungagung dari hari Senin-Sabtu, jam 09.00 s/d 19.00 WIB.²

Gambar 1.2
Denah Lokasi Toko Akahijab Tulungagung



Sumber: Toko Akahijab Tulungagung

² Hasil wawancara dengan Mbak Mira selaku pemilik Akahijab, Tanggal 29 Januari 2019

3. Produk Toko Akahijab Tulungagung

Adapun Produk-produk yang dijual di Toko Akahijab Tulungagung antara lain sebagai berikut:

Gambar 1.3

Tabel Daftar Harga Produk Toko Akahijab

No.	Nama Barang	Harga
1.	Jilbab	25.000 – 60.000
2.	Gamis Syar'i	75.000 – 170.000
3.	Blouse / Atasan	50.000 – 95.000
4.	Jaket	85.000 – 120.000
5.	Rok	65.000 – 100.000
6.	Tas / Dompot	40.000 – 150.000
7.	Kosmetik	25.000 – 120.000

Sumber: Dokumen Toko Akahijab Tahun 2018

4. Visi dan Misi Usaha

a. Visi Usaha:

- 1) Menjadi toko busana muslim yang menyediakan busana muslim dan hijab yang berkualitas, trend modern namun tetap dengan harga yang terjangkau semua kalangan masyarakat.
- 2) Mampu menciptakan lapangan kerja baru

b. Misi Usaha

- 1) Mengembangkan usaha hijab yang mampu menumbuhkan keinginan muslimah untuk menutup aurat dengan memakai hijab.
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik.
- 3) Menjual produk dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau.

5. Sasaran Toko Akahijab

Sasaran konsumen dari toko Akahijab sendiri yaitu:

- a. Masyarakat muslim di Tulungagung
- b. Perempuan-perempuan yang belum berhijab maupun yang sudah berhijab
- c. Pelajar SD/SMP/SMA dan Mahasiswa

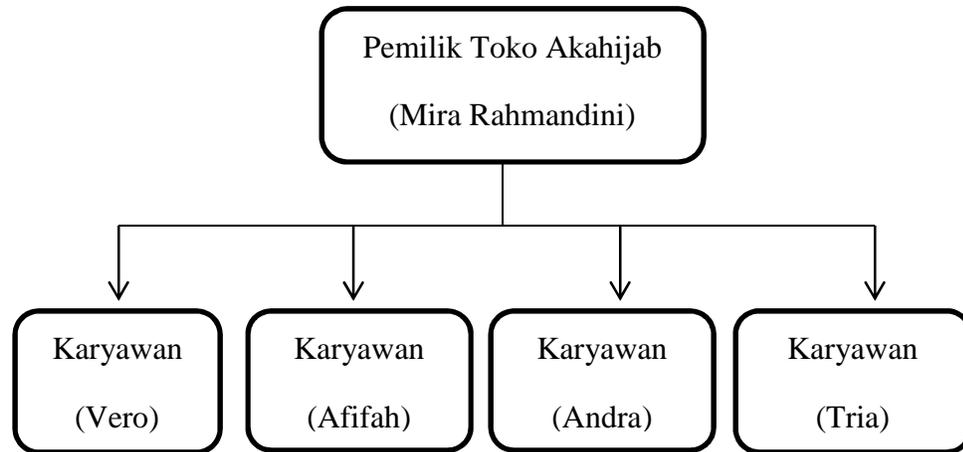
6. Tujuan Usaha

- a. Mendapatkan keuntungan maupun profit yang halal dan barokah.
- b. Menyediakan kebutuhan jilbab di wilayah sekitar tempat usaha.
- c. Membuat produk yang dapat menjadi gaya tampilan yang modis bagi yang mengenakannya.

7. Struktur Organisasi Toko Akahijab Tulungagung

Gambar 1.4

Struktur Organisasi Toko Akahijab Tulungagung



Sumber : Toko Akahijab Tulungagung

B. Paparan Data

Paparan data adalah gambaran dari pengumpulan data lapangan yang akan membahas mengenai strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim perspektif islam. Strategi pengembangan bauran pemasaran di Akahijab sendiri dalam melakukan kegiatan produksi selalu mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen dengan strategi pengembangan bauran pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan keuntungan penjualan.

1. Paparan Tentang Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Usaha Akahijab dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim Perspektif Ekonomi Islam di Kabupaten Tulungagung

Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran merupakan unsur-unsur gabungan untuk membuat rencana yang sesuai untuk pelanggan pada pasar yang ditargetkan. Pencapaian tujuan dalam meningkatkan penjualan secara maksimal. Dalam kaitannya strategi pengembangan bauran pemasaran yang dilakukan Akahijab melalui tahapan-tahapan yaitu Produk, harga, tempat, promosi.

a. Strategi Produk

Produk merupakan suatu barang dan jasa yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk di Akahijab dimulai dengan inovasi produk-produk baru. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk dan jasa baru saja tetapi juga dengan memperbarui produk yang sudah ada. Inovasi dalam suatu perusahaan sendiri sangat penting karena teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan mendorong pengusaha untuk bersaing secara baik dan sukses. Seperti penuturan dari Mbak Mira Rahmandini selaku pemilik Akahijab Tulungagung, beliau mengatakan:

“Dalam inovasi produk usaha Akahijab Tulungagung dengan mengembangkan penampilan produk baru dan variasi produk melalui usaha mengubah, mengganti, dan mengembangkan

penampilan yang sudah ada atau membuat produk dengan kualitas yang lebih bagus dari sebelumnya. Dalam melakukan inovasi saya selalu update melihat-lihat dari internet, instagram, youtube tentang keinginan model busana muslim yang diminati masyarakat saat ini. Inovasi produk ini saya lakukan untuk memenuhi keinginan konsumen, agar konsumen tetap membeli produk yang saya buat. Awal mulai saya mengawali bisnis ini saya hanya menjual hijab tetapi dengan adanya modal yang lebih saya mulai mengembangkan produk yaitu memproduksi baju busana muslim remaja hingga dewasa”.³

Strategi pengembangan bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha Akahijab Tulungagung dalam mengatasi persaingan yaitu dengan melakukan berbagai inovasi produk pada penampilan produk yang lebih menarik dan kreatif. Dengan adanya inovasi maka akan menarik konsumen agar tetap membeli produk yang dijual oleh Akahijab Tulungagung. Sehingga usaha ini dapat berjalan, walaupun banyak pesaingnya. Tujuan inovasi ini untuk mempertahankan usahanya, meningkatkan laba, menjaga citra dan kepuasan pelanggan.

Dalam tahap ini terdapat kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dalam kualitas produk adalah untuk melihat kualitas dari sebuah produk yang dijual. Dalam kualitas produk suatu perusahaan harus siap untuk memilih bahan terbaik demi terciptanya suatu produk dengan kualitas terbaik. Dalam kualitas pelayanan jika karyawan memberikan pelayanan melebihi harapan pelanggan atau konsumen, maka kualitas pelayanan suatu perusahaan itu dipersiapkan sangat baik dan berkualitas.

³ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

Sebaliknya jika jasa pelayanan yang dilakukan karyawan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan buruk. Seperti penuturan dari Mbak Mira Rahmandini mengenai kualitas produknya, beliau mengatakan :

“Saya dalam membuat produk sangat berpedoman pada syariat Islam. Produk yang saya produksi merupakan produk yang halal dan bermanfaat bagi konsumen terutama umat muslim. Karena umat muslim sangat membutuhkan baju-baju yang sesuai syariat islam seperti busana muslim. Sehingga dalam pembuatan produk, saya harus menggunakan bahan yang memiliki kualitas baik dan nyaman bagi pemakainya. Dengan bahan yang nyaman maka konsumen akan puas dan ridho dalam membeli produk yang saya buat”.⁴

Selain dari segi produk yang memiliki kualitas baik dan konsumen menjadi puas. Strategi pengembangan produk yang dilakukan juga harus tetap dengan memperhatikan kualitas bahan dan pelayanan agar konsumen tetap membeli produk Akahijab Tulungagung dan kejujuran dalam menjual produk juga sangat penting. Menurut pemaparan Mbak Mira Rahmandini yaitu :

“Saya dalam melakukan strategi pengembangan produk akan berusaha melakukan sebaik mungkin dengan cara tetap memperhatikan kualitas kain yang digunakan. Tetapi terkadang dalam proses pembuatan busana muslim terjadi kecacatan seperti jahitan yang kurang”.

Selain itu, Saudara Tria juga menambahkan bahwa:

“Apabila ada konsumen yang ingin membeli produk cacat tersebut saya akan menjelaskan secara jujur bahwa produk tersebut

⁴ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

mengalami kecacatan. Sehingga konsumen tidak akan kecewa apabila tetap ingin membeli produk tersebut”.⁵

Saudara Vero menambahkan bahwa:

“Dari segi pelayanan saya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik maka konsumen akan pergi, sehingga saya dan karyawan lain memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan menawarkan produk-produk yang dijual dan menjelaskan produk tersebut”.⁶

Devi Priska selaku konsumen menambahkan:

“Dari segi pelayanan dan kualitas produk di Akahijab sudah baik tetapi kalau bisa lebih diperbaiki lagi, karena apabila kualitas dan pelayanan yang diberikan baik pelanggan termasuk saya akan senang untuk berbelanja di Akahijab”.⁷

Dari penjelasan Mbak Mira Rahmandini dan Karyawannya bahwasanya Akahijab ini dalam tahapan kualitas produk maupun kualitas pelayanan selalu melakukan yang terbaik bagi pelanggannya. Karena apabila kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya baik otomatis pelanggannya akan senang dan puas akan selalu membeli produk di Akahijab Tulungagung.

b. Strategi Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur yang sering kali dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dan tidak boleh dikesampingkan oleh perusahaan. Perusahaan dapat menentukan harga untuk menarik pelanggan baru atau secara

⁵ Wawancara dengan Saudara Tria (Karyawan Akahijab), pada 29 Januari 2019

⁶ Wawancara dengan Saudara Vero (Karyawan Akahijab), pada 29 Januari 2019

⁷ Wawancara dengan Saudara Devi Priska (Konsumen Akahijab), pada 3 februari 2019

menguntungkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Perusahaan dapat menetapkan harga rendah untuk mencegah persaingan masuk ke dalam pasar atau menetapkan harga setingkat dengan pesaing untuk menstabilkan pasar. Persaingan usaha akan terus ada, persaingan yang sering terjadi di usaha Akahijab yaitu persaingan harga dan pelayanan. Persaingan tersebut sudah dibuktikan oleh Mbak Mira Rahmandini :

“Dalam menghadapi persaingan saya berpedoman pada aturan islam sehingga usaha yang saya lakukan ini tetap berada pada ridho Allah SWT dan rezeki yang saya peroleh juga halal. Persaingan pernah saya alami dalam hal persaingan harga yaitu apabila ada produk yang sama dan harganya lebih rendah terkadang konsumen akan beralih untuk membeli produk yang harganya lebih murah. Persaingan tersebut sangat merugikan, tetapi saya menyakinkan konsumen saya bahwa harga ini tidak mahal apabila dilihat dari segi kualitasnya”.⁸

Harga sendiri merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan usaha atau bisnis. Pengembangan ini dilakukan agar usaha yang dijalankan dapat bersaing dengan perusahaan lain dan untuk memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Dengan adanya persaingan maka pengusaha melakukan strategi dalam mengatasi persaingan. Pengusaha memilih harga untuk mengatasi persaingan usahannya. Sehingga membuat Akahijab Tulungagung selalu mengembangkan produknya sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tindakan pesaing yang berubah-ubah.

⁸ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

c. 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 Mbak Mira 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 Akahijab kita tokonya di Timur Perempatan Jepun, itu tempatnya kecil karena masih memakai garasi rumah nenek saya. Akhirnya kita pindah tempat yang lebih luas dan juga dekat dari toko yang lama yaitu ketimur sedikit”.

Dari penjelasan Mbak Mira 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 kota, disini lokasi kita juga berdekatan dengan perumahan. Jadi tentunya itu merupakan tempat yang strategis bagi kita dalam melakukan proses penjualan. Dan lokasi ini mudah dijangkau karena banyak konsumen dan distributor yang langsung datang ke lokasi untuk mengambil barang pesanannya”.

Dari penjelasan Mbak Mira diatas dapat diketahui bahwa, lokasi tempat yang dipilih berdekatan dengan kota, perumahan. Dengan tempat yang strategis banyak orang yang dapat mengetahui lokasi usaha Akahijab.

d. Promosi

Dalam memasarkan produknya perusahaan perlu adanya promosi agar masyarakat lebih mengenal produk apa saja yang dijual. Promosi merupakan teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya menggunakan media sosial seperti internet, Instagram, dll. Penuturan dari Mbak Mira Rahmandini mengenai promosi produknya, beliau mengatakan :

“Dalam promosi produk saya lebih menggunakan Instagram karena lebih efektif tinggal membuat story maupun memposting produk baru yang akan saya jual maupun produk yang sudah ada”.⁹

Dari penjelasan Mbak Mira Rahmandini di atas bahwa, promosi yang diterapkan Akahijab dengan memanfaatkan media yang ada. Cara yang digunakan yaitu melalui berbagai macam media sosial 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 yang bertanya-tanya mengenai produk kita, dan Alhamdulillah banyak yang respon”.¹⁰

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

⁹ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

¹⁰ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

Barang atau produk yang dijual oleh Akahijab Tulungagung tidak hanya busana muslim remaja hingga dewasa saja tetapi terdapat hijab, tas, atasan, celana, rok, dan lain-lain. Karena persaingan pada saat ini sangatlah ketat perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam menghadapi persaingan tersebut. Pengusaha harus pandai-pandai dalam membaca situasi dan kondisi persaingan usaha pada saat itu, agar usahanya tidak gulung tikar. Cara perusahaan ini dalam membuat strategi agar usahanya mampu bersaing yaitu dengan melakukan pengembangan produk.

Perusahaan menganggap pengembangan produk merupakan cara yang efektif untuk mengatasi persaingan. Pengembangan produk dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang modelnya hanya itu-itu saja. Dengan melakukan cara pengembangan produk seperti inovasi, kualitas, harga, target pasar, dan promosi maka konsumen akan terus melakukan kegiatan pembelian dan perusahaan juga dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat. Akahijab Tulungagung dalam strategi pengembangan produk menurut perspektif Islam sendiri juga memberikan produk yang halal, bermanfaat, berguna untuk konsumen. Pemilik usaha juga jujur dalam melakukan penjualan. Apabila produk yang dijual mengalami kecacatan maka pemilik usaha akan menjelaskan kepada konsumen. Selain itu kualitas bahan yang digunakan

merupakan bahan terbaik supaya konsumen tidak kecewa. Sehingga pemilik usaha dan konsumen tidak ada yang dirugikan.

2. Paparan Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Akahijab Tulungagung Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim

- a. Faktor-faktor yang menjadi penghambat strategi pengembangan bauran pemasaran produk dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Akahijab 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 Mbak Mira Rahmandini sebagai berikut:

“Saya mempunyai ide untuk mencari tren baju melalui internet dengan melihat tren yang ada di jakarta. Setelah saya mencoba membuatnya disini ternyata, model tersebut kurang diminati oleh konsumen yang ada di Tulungagung. Dapat dikatakan bahwa untuk model-model baru ini kadang di Tulungagung belum diminati karena kadang tren baju di Tulungagung ketinggalan dengan tren baju dari kota-kota besar. Sehingga saya kekurangan ide untuk menciptakan produk yang sesuai dengan tren di daerah Tulungagung. Selain dari ide, penghambat pengembangan produk dari segi siklus hidup produk yang singkat. Apabila melakukan pengembangan produk dan produk berhasil terjual maka dengan cepat pesaing akan meniru. Dengan adanya pesaing

yang meniru produk yang saya buat maka akan menghambat penjualan”.¹¹

Hambatan yang dihadapi adalah kekurangan ide, maksudnya adalah kekurangan ide-ide produk baru yang akan dibuat, kadang trend yang sudah ada di kota-kota besar belum bisa diterima oleh konsumen yang ada di Tulungagung, dengan kekurangan ide dapat membuat proses produksi tersendat dan konsumen juga akan bosan dengan produk yang kita jual apabila tidak dilakukan pengembangan produk.

Selain kekurangan ide, perusahaan juga mengalami hambatan dalam hal siklus hidup produk yang singkat. Kegiatan ini terjadi karena banyaknya pesaing yang meniru produk yang dijual. Produk yang sering ditiru yaitu produk baru yang banyak diminati oleh konsumen. Dengan adanya pesaing yang meniru produk tersebut maka menghambat proses penjualan.

Kualitas produk sendiri kualitas yang diberikan pada produk yang dijualnya. Kualitas pelayanan yaitu suatu kualitas dimana agar si pelanggan bisa senang untuk berbelanja di Akahijab Tulungagung.

“Dalam segi kualitas produk terkadang terhambat oleh adanya bahan yang tidak sesuai dengan keinginan. Jadi ketika bahan yang dicari susah untuk didapatkan otomatis ketika sudah mendapatkan bahan yang diinginkan harganya pun menjadi mahal”.¹²

¹¹ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

¹² Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

Dari penjelasan diatas bahwa, kendala yang dihadapi pada kualitas yaitu saat bahan pembuatan busana muslim susah di dapatkan.

2) Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur yang sering kali dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dan tidak boleh dikesampingkan oleh perusahaan. Perusahaan dapat menentukan harga untuk menarik pelanggan baru atau secara menguntungkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Perusahaan dapat menetapkan harga rendah untuk mencegah persaingan masuk ke dalam pasar.

“Hambatan yang terjadi pada saat menentukan harga ketika ada produk yang sama dan harganya lebih rendah terkadang konsumen akan beralih untuk membeli produk yang harganya lebih murah. Hambatan tersebut sangat merugikan, tetapi saya menyakinkan konsumen saya bahwa harga akan sesuai dengan kualitas yang diberikan”.¹³

Dari penjelasan diatas bahwa, kendala yang dihadapi pada saat penetapan harga ketika terdapat produk yang sama tetapi harga berbeda. Sangat merugikan, tetapi pihak Akahijab selalu memberikan kepercayaan konsumen kalau harga sesuai dengan kualitas yang diberikan. Jadi harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam membeli produk Akahijab Tulungagung.

¹³ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

3) 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 Akahijab terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi setelah penentuan tempat usaha tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Mbak Mira :

“Hambatan yang kita hadapi pertama adalah mencari tempat yang presentatif untuk kita, apalagi Akahijab 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 Akahijab ini tidak hanya toko online tetapi juga toko offline. Biasanya konsumen yang sering datang kesini itu adalah konsumen yang akan mengambil barang pesanannya”.¹⁴

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.

4) Promosi

Promosi merupakan cara sebuah perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada konsumen. Dengan adanya promosi maka

¹⁴ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

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 Mbak Mira Rahmandini yaitu:

“Hambatan pada saat promosi saya habis uang buat promosi. Jadi saya kan promosi prabayar ya mbak, kemudian kita selalu mentargetkan untuk keuntungannya, ternyata promosi yang kita bayar itu nggak laku atau nggak closing itu menjadi hambatan buat kita. Keluar uang tapi nggak dapat penjualan”.¹⁵

Dari ungkapan tersebut bahwa kendala yang dihadapi oleh Akahijab Tulungagung 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.

- b. Faktor pendukung dalam strategi bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Akahijab Tulungagung agar usaha yang dijalankan dapat terus berjalan dengan lancar.

1) Produk

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

¹⁵ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mbak Mira Rahmandini yaitu:

“Inovasi Produk harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan. inovasi harus bisa di inovasikan lagi sehingga terjadi inovasi yang berkelanjutan hingga perusahaan tumbuh menjadi lebih baik dan lebih berkembang. Untuk pemilihan model busana muslim Akahijab sangat teliti, karena sangat dibutuhkan motif atau model yang menarik agar masyarakat menyukainya”.¹⁶

Agar inovasi Produk yang dilakukan diterima oleh masyarakat terkadang pengusaha akan terjun langsung ke lapangan dan bertanya kepada pelanggannya secara langsung. Selain itu pengusaha akan selalu melakukan pengamatan mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui selera konsumen pada saat itu. Cara ini dianggap efektif untuk mengatasi persaingan yang terjadi.

Terdapat kualitas produk adalah kualitas barang yang diberikan kepada pembeli dan kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pembeli apabila pelayanannya memuaskan maka pembeli akan senang berbelanja di Akahijab.

“Busana muslim yang saya produksi ini sangat memperhatikan dari segi kualitas dan harga. Pemilihan bahan atau kain saya pilih dengan kualitas yang baik atau menengah. Sehingga orang yang memakai baju produksi saya ini akan merasa nyaman sehingga apabila bahan tidak nyaman maka para konsumen tidak akan menyukai produk saya. Kepuasan pelanggan merupakan prioritas dalam usaha ini. Sedangkan untuk harganya saya tidak menjual produk ini dengan harga mahal menurut saya lebih baik untung

¹⁶ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

sedikit tapi lakunya banyak. Karena agar semua orang dapat membeli produk yang saya buat. Apabila konsumen senang akan produk yang di jual maka konsumen akan setia membeli produk kita dan tidak akan membeli produk dari pesaing”.¹⁷

Dari pendapat diatas bahwa faktor pendukung dalam mengatasi hambatan pada kualitas Pemilihan bahan atau kain saya pilih dengan kualitas yang baik atau menengah. Sehingga orang yang memakai baju produksi saya ini akan merasa nyaman sehingga apabila bahan tidak nyaman maka para konsumen tidak akan menyukai produk saya. Kepuasan pelanggan merupakan prioritas dalam usaha ini. Apabila konsumen senang akan produk yang di jual maka konsumen akan setia membeli produk kita dan tidak akan membeli produk dari pesaing.

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 Akahijab mempunyai solusi yaitu dengan menurunkan setengah harga dari produk yang kita pasarkan karena prinsip Akahijab sendiri tidak apa-apa untung sedikit yang penting laku. Selain itu dalam produk ini saya tidak menjual dengan harga yang mahal karena agar produk bisa dibeli oleh semua kalangan masyarakat khususnya pelajar dan mahasiswa”.¹⁸

Dari pendapat diatas bahwa faktor pendukung dalam mengatasi persaingan pada penetapan harga, Akahijab akan menurunkan

¹⁷ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

¹⁸ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

setengah harga produk yang dipasarkan. Karena prinsip dari Akahijab sendiri tidak apa-apa untung sedikit tapi produknya laku. Selain itu dalam produk ini tidak menjual dengan harga yang mahal karena agar produk bisa dibeli oleh semua kalangan masyarakat khususnya pelajar dan mahasiswa. Jadi suatu perusahaan harus memiliki sebuah strategi jitu agar tidak kehilangan segmentasi pasar dan juga dalam penjualan terus bisa mengalami peningkatan.

3) 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 Mbak Mira 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”.¹⁹

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bawasannya tempat juga merupakan hal penting dalam melakukan beberapa kegiatan usaha dan merupakan faktor pendukung jalannya produksi

¹⁹ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

dan penjualan. Dengan adanya kendala lahan yang kurang presentatif, Akahijab merinci apa-apa yang diperlukan untuk mengantisipasi kendala-kendala tersebut. Selain itu Akahijab menggalakkan penjualan secara online karena dengan cara ini produk yang dipasarkan akan cepat diterima dan diketahui oleh konsumen.

4) 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 Akahijab dalam mengatasi persaingan dengan melakukan berbagai hal, yaitu:

“Untuk mengatasi persaingan 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”.²⁰

Dalam menghadapi persaingan saat melakukan promosi, berdasarkan penjelasan Mbak Mira Rahmandini tersebut 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

²⁰ Wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini (Pemilik Akahijab), pada 29 Januari 2019

memuaskan. Jadi dengan promosi yang maksimal akan mudah merayu konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan di Akahijab Tulungagung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak Mira Rahmandini tentang faktor pendukung dari persaingan yang terjadi yaitu pengusaha akan langsung terjun ke lapangan untuk mengatasi masalah, karena agar pengusaha dapat segera mengatasi persaingan yang terjadi. Selain itu harga yang diberikan pada produknya tidak terlalu mahal. Walaupun harga tidak mahal, kualitas produk juga tidak dikesampingkan. Pemilihan kualitas kain dalam membuat busana muslim yaitu kualitasnya menengah atau bagus karena apabila kualitasnya tidak baik maka konsumen juga tidak akan membeli produk yang dijualnya kembali dan kepuasan konsumen menjadi tujuan utama dalam bisnis ini.

C. Analisis Data

1. Analisis Tentang Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Usaha Akahijab Tulungagung Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim

Dalam upaya pengembangan bauran pemasaran di Akahijab Tulungagung perlu melakukan berbagai strategi bauran pemasaran yang memadai. Dengan adanya strategi yang tepat maka tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat

tercapai. Setelah melakukan pengamatan di Akahijab Tulungagung strategi yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

a. Produk

Berdasarkan paparan data terkait strategi pengembangan bauran pemasaran dapat dianalisis bahwa strategi bauran pemasaran setiap produk yang dilempar ke pasar dapat diamati dalam Inti produk, Wujud produk, produk yang disempurnakan. Produk unggulan yang diproduksi ada dua macam yaitu, gamis dan atasan dengan kualitas produk yang secara sempurna menutup aurat dan juga tetap mengikuti model masa kini. Dalam menawarkan produknya Akahijab sangat mementingkan kepuasan konsumen dengan selalu menjaga kualitas yang ada.

Terkait kualitas produk dapat dianalisis bahwa strategi pengembangan bauran pemasaran dalam kualitas produk yang ditawarkan oleh Akahijab dalam kualitas produk adalah untuk melihat kualitas dari sebuah produk yang dijual. Dalam kualitas produk suatu perusahaan harus siap untuk memilih bahan terbaik demi terciptanya suatu produk dengan kualitas terbaik. Dalam kualitas pelayanan jika karyawan memberikan pelayanan melebihi harapan pelanggan atau konsumen, maka kualitas pelayanan suatu perusahaan itu dipersiapkan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa pelayanan yang dilakukan karyawan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan buruk.

b. Harga

Berdasarkan paparan data terkait harga dapat dianalisis bahwa penetapan harga yang ditawarkan oleh Akahijab Tulungagung Swarga Hijab mulai dari 75.000 hingga 170.000 tergantung model dan jenis yang dibeli. Akahijab dalam menentukan harga tidak terlalu mahal dari pasaran meskipun begitu kualitas produknya juga bagus. Karena menurut Mbak Mira Rahmandini selaku pemilik Akahijab lebih baik untung sedikit tapi barang yang dijual cepat laku

c. Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait strategi pengembangan bauran pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa, strategi tempat yang dipilih dengan memilih lokasi yang strategis dan tentunya mudah diketahui oleh konsumen. Akahijab memilih lokasi di Jepun Kabupaten Tulungagung karena area penjualan berdekatan dengan perumahan, dan pusat kota Tulungagung.

d. Promosi

Berdasarkan paparan data terkait strategi promosi dapat dianalisis bahwa, strategi promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Akahijab Tulungagung 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.

Dengan adanya strategi Produk, harga, tempat, dan promosi, dapat mempengaruhi penjualan yang bisa meningkatkan omset perusahaan. Terutama dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Akahijab dengan gencar melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram yang terdapat berbagai macam produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Dengan cara tersebut lebih cepat diterima oleh konsumen dan konsumen akan tertarik akan produk tersebut. Strategi pengembangan bauran pemasaran secara perspektif ekonomi islam yang dilakukan yaitu dengan kejujuran dan membuat produk yang kualitasnya baik. Kejujuran dalam menjual produk sangat diutamakan pada Akahijab karena dengan kejujuran maka usaha yang dijalankan dapat bertahan dalam jangka panjang. Kejujuran sering dilakukan dalam memberikan pernyataan tentang produk yang dijual. Apabila produk busana muslim memiliki kecacatan maka Mbak Mira maupun karyawannya akan mengatakan kecacatan tersebut kepada konsumen. Sehingga konsumen akan mengetahui kekurangan produk dan tidak akan kecewa apabila tetap ingin membeli produk yang cacat tersebut.

2. Analisis Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim di Akahijab Kabupaten Tulungagung

a. Faktor penghambat strategi Pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Akahijab Tulungagung.

1) Produk

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi inovasi produk dapat dianalisis bahwa produk yang dijual di Akahijab bermacam-macam. Hambatan yang dihadapi Akahijab ketika kekurangan ide, maksudnya adalah kekurangan ide-ide produk baru yang akan dibuat, kadang trend yang sudah ada di kota-kota besar belum bisa diterima oleh konsumen yang ada di Tulungagung, dengan kekurangan ide dapat membuat proses produksi tersendat dan konsumen juga akan bosan dengan produk yang kita jual apabila tidak dilakukan pengembangan produk. Selain kekurangan ide, perusahaan juga mengalami hambatan dalam hal siklus hidup produk yang singkat. Kegiatan ini terjadi karena banyaknya pesaing yang meniru produk yang dijual. Produk yang sering ditiru yaitu produk baru yang banyak diminati oleh konsumen.

Strategi kualitas dapat dianalisis bahwa dalam segi kualitas produk terkadang terhambat oleh adanya susahny pencarian bahan yang tidak sesuai dengan keinginan. Jadi ketika bahan yang dicari susah

untuk didapatkan otomatis ketika sudah mendapatkan bahan yang diinginkan harganya pun menjadi mahal.

2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi harga dapat dianalisis bahwa, harga merupakan suatu penentu bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hambatan yang dihadapi Akahijab dalam menentukan harga ketika ada produk yang sama dan harganya lebih murah terkadang konsumen akan beralih untuk membeli produk yang harganya lebih murah. Hambatan tersebut sangat merugikan. Tetapi saya selalu menyakinkan konsumen saya bahwa harga sesuai dengan kualitas yang diberikan.

3) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi bauran 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 Akahijab 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 Akahijab yang juga dalam menjual produknya tidak hanya secara online tetapi juga offline.

4) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat dan strategi 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.

- b. Faktor pendukung dalam strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Akahijab Tulungagung.

1) Produk

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi i produk dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi persaingan yang dihadapi Akahijab pada saat produksi yaitu pengusaha akan terjun langsung ke lapangan dan bertanya kepada pelanggannya secara langsung. Selain itu, pengusaha akan selalu melakukan pengamatan mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Hal ini dilakukan pengusaha untuk mengetahui selera konsumen pada saat itu. Cara ini dianggap efektif untuk mengatasi selera konsumen pada saat itu. Karena Inovasi harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan. inovasi harus bisa di inovasikan lagi sehingga terjadi inovasi yang berkelanjutan hingga perusahaan tumbuh menjadi lebih baik dan lebih berkembang.

faktor pendukung untuk mengatasi hambatan pada kualitas yaitu pemilihan bahan dan kain. Dipilih dengan kualitas yang baik atau menengah. Sehingga orang yang memakai baju produksi di Akahijab akan merasa nyaman sehingga apabila bahan tidak nyaman maka para konsumen tidak akan menyukai produk yang dibuat. Kepuasan pelanggan merupakan prioritas dalam usaha. apabila konsumen senang akan produk yang dijual maka konsumen akan setia membeli produk di Akahijab.

2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi penetapan harga dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan harga yaitu akahijab akan menurunkan harga produk yang dipasarkan. Karena prinsip dari Akahijab sendiri tidak apa-apa untung dikit yang penting produknya laku semua. Selain itu dalam produk ini tidak menjual dengan harga mahal karena agar produk bisa dibeli oleh semua kalangan masyarakat khususnya pelajar,

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

3) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi bauran pemasaran tempat dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Akahijab 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 Akahijab 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 Akahijab Tulungagung.

4) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi promosi produk dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan mengadakan evaluasi pada saat terjadi kesalahan gambar dan kata-kata yang masih kurang menyakinkan ataupun memuaskan. Jadi dengan promosi yang maksimal akan mudah merayu

konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan di Akahijab
Tulungagung.