

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

Swarga Hijab Syar'i Tulungagung 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 menjual merek orang lain yang dilakukan selama 2 tahun. Dengan seiring berjalannya waktu pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung ini berfikir untuk mendirikan usahanya sendiri dengan alasan bidang penjualannya berpeluang bagus dalam berbisnis.¹

Sekitar awal bulan Ramadhan 2017 pemilik bekerjasama dengan mitra konveksi untuk berencana membuat beberapa produk gamis dan hijab. Pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung langsung terjun untuk menghandle 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.

¹Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.30 WIB

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

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sumbergempol. Sumbergempol merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Tulunggung, 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 Syar'i Tulungagung terletak di Desa Sumberdadi Kecamatan Sumbergempol, tepatnya perempatan barat Polsek Sumbergempol ke selatan kurang lebih 50 M. Swarga Hijab Syar'i Tulungagung ini memiliki lokasi yang cukup strategis sehingga mudah untuk dijangkau.

Dalam hal ini, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung mempunyai visi dan misi, dimana visi tersebut yaitu membuat sebuah baju ataupun gamis dengan kualitas bagus yang menutup aurat dengan sempurna dan dipakai juga nyaman. Selain itu terdapat juga misi dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung yakni menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar khususnya Tulungagung. Misi yang kedua yaitu mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Swarga Hijab Syar'i Tulungagung bertujuan untuk, dengan mendirikan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung ini, diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja khususnya daerah Tulungagung dan memajukan tingkat ekonomi daerah. 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.

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh penulis dengan menggunakan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Melalui Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung

Dalam melaksanakan strategi pemasaran melalui promosi di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung menggunakan strategi tersendiri. Berikut penjelasan dari Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung:

“Kita memanfaatkan media, karena media itu sangat berperan penting dalam menjalankan promosi. Media yang paling sering digunakan yaitu facebook personal dan juga ada facebook add dan itu juga sangat berdampak pada penjualan. Selain itu juga ada instragram, akun market place, youtube, website juga ada. Selain itu kalau melalui media chatting yang paling berdampak yaitu whatshap dan telegram”.²

²Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.31 WIB

Hal senada juga diungkapkan oleh Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Untuk medianya, kita pakai sosial media dan juga pakai via website itu. Dari situ kan ada biaya untuk iklannya, perhari mulai dari Rp. 20.000-Rp. 50.000 perhari. Ketika kita pasang itu, biasanya kan satu bulan sekali. Untuk membaca market perhari kita kena 20.000, berarti kalau dijumlah keseluruhan dalam 30 hari kita kena Rp. 600.000, ketika kita kena Rp. 600.000 itu, kita lihat market kita jalannya itu seperti apa, closing nya seperti apa, kalau marketnya jalan berarti kita akan nambah, mungkin kita bisa nambah Rp. 50.000 perhari. Itu juga sangat mempengaruhi, jadi semakin tinggi, biaya yang kita keluarkan, semakin mengena marketnya kita, yang kita tembak itu.”

Lebih lanjut, Angga menyampaikan,

“Disini kan ada website kita, dan itu juga berjalan di iklannya. Iklan kita di Admin website kita, dan yang kedua itu iklan yang dibuat oleh para marketer. Kalau iklan yang disini iklan yang berbayar itu.”³

Pernyataan tersebut di atas adalah strategi yang dilakukan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dengan melalui promosi yang diterapkan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung 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.

³Hasil wawancara dengan Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 20 Juni 2019 pukul 10.00 WIB

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, memang benar di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung menggunakan media sosial untuk pelaksanaan strategi pemasaran melalui promosi. Strategi pemasaran melalui promosi tersebut seperti menggunakan instagram, facebook add, facebook personal, dan juga melalui website Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, sehingga masyarakat akan mudah mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung.”⁴

Hal senada juga dikemukakan oleh Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Kalau media nya media online, melalui website juga, facebook dan instagram. Penggunaan media ya itu tadi yang berbayar itu, tetapi sebenarnya Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu liwatnya itu melalui tim nya, jadi promosinya itu melalui marketer kita, distributor, agen dan reseller. Jadi promosinya itu untuk yang ke customer atau yang ke ucer. Jadi customernya ini lebih ke mereka ini, jadi untuk mendapatkan tingkat penjualannya.”⁵

Hal senada juga dikemukakan oleh Sangadah selaku Marketer Care Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Banyak dari orang-orang itu yang mendaftar jadi marketer. Nah itu nanti marketer kesini membeli produk ke Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu melalui website. Disisi lain, masyarakat itu kadang-kadang banyak yang malas, ada yang sibuk karena pekerjaan, dan juga ada yang ingin memilih untuk membeli dengan cara online. Jadi karena maraknya pembelian melalui online itu makanya Swarga Hijab Syar'i Tulungagung juga

⁴Hasil observasi di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.25 WIB

⁵Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 07.50 WIB

menggunakan sistem melalui media online agar masyarakat itu dapat melakukan pembelian dengan sangat mudah.”⁶

Dari penjelasan diatas dapat menunjukkan bahwa, strategi promosi dengan menggunakan sosial media dan website akan mudah merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan adanya strategi promosi secara otomatis akan meningkatkan volume penjualan produk Swarga Hijab Syar’i Tulungagung. Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi dari strategi promosi dengan menggunakan media sosial yakni sebagai berikut:⁷

Gambar 4.1

Kegiatan Karyawan Swarga Hijab Syar’i Tulungagung Dalam Melakukan Transaksi Berbasis Online



Gambar diatas menunjukkan kegiatan karyawan di Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sedang melakukan transaksi berbasis online. Hal ini juga dijelaskan oleh Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

⁶Hasil wawancara dengan Riadhotus Sangadah selaku Marketer Care Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 08.45 WIB

⁷Hasil dokumentasi pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.40 WIB

“Iya, jadi kalau Swarga Hijab Syar’i Tulungagung itu mengadakan seperti promo, jadi promosi kita itu kadang seperti ada event-event. Misalnya, waktu hari ulang tahun Swarga Hijab Syar’i Tulungagung itu kita buat kayak promosi kita dan itu seperti ada perhitungan point reward, itu juga sangat berdampak terhadap penjualan. Karena, ketika ada point reward itu para marketer itu semakin semangat dalam memasarkan produknya. Karena, selain mendapatkan komisi, ada juga point reward yang di kalkulasi dihitung, sehingga menambah. Seperti waktu kemarin itu ada yang berangkat umroh juga, ada yang mendapatkan notebook, handphone, itu dari point reward yang terkumpul selama satu tahun. Ada juga promo yang kita lakukan, misalnya, promosi dalam rangka Isra’ Miraj atau waktu 17 Agustus itu kita memberikan diskon, itu juga sangat berpengaruh terhadap penjualan. Sehingga dengan cara seperti itu konsumen akan mudah tertarik untuk membeli produk dari Swarga Hijab Syar’i Tulungagung.”⁸

Hal senada juga dikemukakan oleh Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

“Swarga Hijab Syar’i Tulungagung itu menjalankan iklan untuk cari distributor, kalau distributor itu perkota atau kabupaten, kalau untuk promosi itu langsung ke customer itu yang melakukan marketer. Itu sangat bisa meningkatkan volume penjualannya, karena dilihat dari omsetnya saja sudah sangat meningkat. Kalau orang tidak dikasih promosi pastinya juga tidak akan tertarik. Misalkan promosinya yang untuk marketer itu adalah dengan memberikan diskon-diskon.”⁹

Dari pernyataan diatas, dengan adanya strategi promosi seperti event-event dan memberikan diskon bisa mempengaruhi penjualan yang bisa meningkatkan volume penjualan perusahaan.

⁸Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.35 WIB

⁹Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 07.52 WIB

Hal ini juga diperkuat dengan bukti dokumentasi disaat memberikan diskon produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung yakni sebagai berikut:¹⁰

Gambar 4.2

Swarga Hijab Syar'i Tulungagung Dalam Memberikan Diskon



Gambar diatas menunjukkan bahwa Swarga Hijab Syar'i Tulungagung memberikan diskon atau promo agar konsumen lebih tertarik untuk membeli. Disisi lain dalam melakukan kegiatan promosi juga mengalami kendala. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Kendala itu juga ada, kekurangan juga ada, tetapi ya ketika kita mengetahui kekurangan itu pasti kita berusaha untuk menembel. Sehingga kedepannya kita akan berusaha untuk memperbaikinya agar tidak terjadi seperti itu lagi.”¹¹

Hal senada juga dikemukakan oleh Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Untuk saat ini, faktor kendala kita kalau untuk promosi sebenarnya tidak ada. Tetapi kendalanya lebih ke produksinya. Jadi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu sering mengalami kesusahan stok, dari market minta produk ini, sedangkan untuk stok nya kita belum bisa untuk memenuhi.”¹²

¹⁰ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.44 WIB

¹¹ Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.37 WIB

¹² Hasil wawancara dengan Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 20 Juni 2019 pukul 10.05 WIB

Pernyataan tersebut diatas diperkuat oleh ungkapan Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Ketika melakukan iklan, distributor itu harus cari target yang pas, ketika cari orang untuk mau menjualkan pasti paling tidak mereka harus bisa menjual dan mereka itu harus mempunyai pasar. Misalnya saja, orang yang bisa menjualkan dalam satu bulan hanya satu produk kan juga banyak, tetapi dari distributor itu harus benar-benar mencari orang yang memang benar-benar sudah mempunyai pasar yang cukup luas. Sehingga produk yang dijualkan itu bisa dikenal oleh masyarakat.”¹³

Dalam menghadapi kendala dalam promosi, berdasarkan penjelasan diatas, bahwa untuk mendukung strategi promosi yang dilakukan ketika kita mengetahui kekurangan pasti kita berusaha untuk menembel. Disisi lain, kendalanya lebih mengarah ke bagian produksi, karena dari market nya sendiri lebih banyak memesan produk gamis yang ini itu, sedangkan stok dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu sendiri kurang memenuhi. Tetapi, strategi promosi yang digunakan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sudah cukup efektif. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Iya, kami rasa sudah cukup efektif, semenjak berdiri sampai sekarang Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu selalu mengalami peningkatan penjualannya. Bahkan kendala kita bukan lagi di penjualan sebenarnya, tetapi malah di produksi. Karena, sering kali stok barang kita kosong jadi problem kita saat ini seperti itu.”¹⁴

¹³Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 07.55 WIB

¹⁴Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.39 WIB

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, strategi yang digunakan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sudah cukup efektif dan bahkan mengalami peningkatan dalam penjualan. Selain itu, cara Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam mengatasi hambatan saat melakukan promosi. Hal ini seperti sebagaimana yang diungkapkan oleh Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Ya pokoknya kalau tahu lobang, ada hambatan ya segera dipenuhi. Misalnya, kasus promosi ketika stok barang berlimpah, misalnya kadang-kadang kita buat desain baju tapi kurang diminati, ternyata kita buatnya banyak. Nah, ini kan ada hambatan dalam promosi. Contoh kasusnya biasanya kita pada bulan-bulan tertentu ini kita umur gamis kita batasi 6 bulan. Kalau dalam 6 bulan itu gamis yang kita produksi tidak laku, berarti gamis ini kan mengalami masalah, jadi di bulan ke empat itu kita harus membuat program baru. Misalnya, hari ini Swarga Hijab Syar'i Tulungagung ada produk Neima, itu juga ada potongan 15%, ataupun kita jual banting Rp. 1.000.000 dapat 3 gamis. Biasanya kan kalau harga gamis sekitar Rp. 300.000-Rp. 400.000 ribuan, kalau beli 3 itu kan sekitar Rp. 1.200.000, tetapi kita banting atau kita memberikan diskon. Nah itu, biasanya kita isi dengan gamis-gamis yang kurang diminati atau salah desain. Itu akan bisa menjadi laku. Komposisinya gamis itu yang 2 yang gamis best seller dan yang 1 gamis yang kurang diminati. Dengan cara seperti itu nantinya konsumen akan tertarik untuk membelinya.”¹⁵

Hal senada juga dikemukakan oleh Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Jadi distributor atau marketer diluar sana itu sudah ada link nya masing-masing atau channelnya. Misalkan ada brand lain yang sudah punya distributor sendiri, kita hubungi saja distributor itu yang ada di brand lain. Sehingga dengan cara seperti itu, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dapat mengatasi hambatan saat mengalami kendala-kendala.”¹⁶

¹⁵Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.42 WIB

¹⁶Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 07.58 WIB

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, dalam menghadapi hambatan saat melakukan promosi, untuk mendukung strategi promosi yang dilakukan tetap berjalan dengan baik yaitu, selalu mengadakan evaluasi pada saat terjadi kesalahan pada gamis yang alah desain. Jadi dengan promosi yang maksimal akan mudah merayu konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung. Kemudian dengan menghubungi link atau channel brand lain agar bisa membantu menjualkan produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung tersebut.

2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Melalui Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung

Dalam melaksanakan strategi pemasaran melalui produk di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, menggunakan strategi tersendiri. Berikut penjelasan dari Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung:

“Kalau sampai hari ini produk yang diproduksi dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu masih gamis, sama jilbab, dan ada juga produk penunjang seperti cadar, kemudian ada bros, siput, dan sebagainya. Kalau produk intinya hanya gamis dan jilbab.”¹⁷

Swarga Hijab Syar'i Tulungagung ini memproduksi dua macam produk inti yaitu, gamis dan jilbab. Dimana dalam setiap produk tersebut memiliki berbagai macam bentuk dan model. Kemudian ada juga produk penunjang seperti cadar, kemudian ada bros, siput, dan sebagainya. Hal ini

¹⁷Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.43 WIB

juga diperkuat dengan bukti dokumentasi produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung yakni sebagai berikut:¹⁸

Gambar 4.3

Produk Swarga Hijab Syar'i Tulungagung



Gambar diatas menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung berupa gamis, jilbab, dan produk penunjang seperti cadar, siput, bros.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu juga kualitas yang bagus. Hal ini sebagaimana pernyataan Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Kualitasnya kita mencoba yang terbaik di segmennya. Kalau dari kain kan ada beberapa segmen, ada yang segmen bawah, menengah, dan atas. Nah, kita kan segmennya menengah, harganya kan sekitar Rp.300.000-Rp. 400.000. kualitas kainnya ya dicari yang terbaik. Promosi itu untuk menggapai customer pertama kali, yang menentukan orang ingin beli lagi itu adalah kualitas produknya. Ketika orang beli, “oh ternyata kok enak”, makanya dia beli lagi. Jadi fungsi marketing itu ada di produk. Saat kita menciptakan best quality produk, produk itu akan memarketingkan dirinya sendiri. Yang kita jaga itu, dan kita juga menjaga kenyamanan orang yang menerima itu sampai dengan kondisi yang terbaik. Misal, sampai ke konsumen itu ada yang cacat, ada yang kurang bagus, itu bisa di retur. Misalkan sobek diganti baru, atau waktu dikirim ke luar negeri gitu, kalau dikembalikan kesini kan ongkos kirimnya terlalu mahal. Itu kita kasih cash back, misalnya Rp. 100.000, atau bisa dijaitkan ke tetangga itu kalau bisa diperbaiki.

¹⁸ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.45 WIB

Kalau tidak bisa diperbaiki untuk ukhti (konsumen) atau kita kirim ulang, jadi dapat dua gamis.”¹⁹

Hal senada juga dikemukakan oleh Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

“Kenapa kok kita pasang harga segitu, karena barang yang kita produksi itu, dari kualitas kain itu, kita pakai yang kualitas bagus. Jadi mungkin ketika untuk tantangannya. Untuk ucer baru yang ingin membeli produk kita, acuan pertamanya pasti gini: “ini kok mahal ya”, dari mahal itu seperti apa sih barangnya. Itu pasti ragu-ragu awalnya. Tapi nanti ketika setelah konsumen melakukan pembelian pertama, karena dia puas, nyaman dan sebagainya.”²⁰

Hal senada juga dikemukakan oleh Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

“Kualitasnya bagus, kalau kainnya medium H, Jadi kalau kita cocokkan dengan pasar, itu pasarnya untuk orang-orang yang tidak terlalu high class, untuk orang medium. Tujuannya untuk, karena orang yang medium itu belinya itu tidak musiman, ketika mereka itu mempunyai uang maka mereka itu akan membeli, jadi itu sudah terbukti, makanya penjualannya itu tidak pernah musiman. Misalkan pada waktu Ramadhan itu Swarga Hijab Syar’i Tulungagung itu akan lebih tinggi lagi penjualannya. Kalau musiman itu mau Ramadhan rame, ketika setelah ramadhan itu justru malah sepi. Tetapi kalau Swarga Hijab Syar’i Tulungagung itu tidak, karena target pasarnya itu orang-orang yang medium, jadi orang itu kalau punya uang ya langsung membeli.”²¹

Pernyataan tersebut diatas menunjukkan bahwa, Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sangat mengutamakan kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas produk yang diterapkan oleh Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, maka akan menarik minat beli konsumen dan juga dapat

¹⁹Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.45 WIB

²⁰Hasil wawancara dengan Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 20 Juni 2019 pukul 10.06 WIB

²¹Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 08.02 WIB

meningkatkan penjualan. Selain itu, dari segi bahan bakunya juga berkualitas bagus. Di samping itu jaminan produk sangat diutamakan, karena apabila ada kerusakan pada suatu barang saat pengiriman, pihak Swarga Hijab Syar'i Tulungagung mengganti barang tersebut dengan yang baru. Semua itu dilakukan agar konsumen tetap merasa puas dan akan kembali membeli produk yang dipasarkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung tersebut.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Pelaksanaan strategi pemasaran Swarga Hijab Syar'i Tulungagung melalui produk dalam meningkatkan volume penjualan memang benar-benar sudah dilakukan dan itu sudah terbukti, dengan menggunakan kain yang berkualitas bagus, jahitan yang rapi, tentunya akan membuat konsumen merasa puas dan nyaman saat memakai produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung.”²²

Pernyataan tersebut diatas diperkuat oleh ungkapan Sangadah selaku Marketer Care Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Kualitasnya itu dengan harga yang seperti itu juga memakai kain yang kualitasnya juga bagus, sehingga saat dipakai oleh konsumen itu juga akan merasa nyaman dan konsumen juga puas dengan produk yang dibelinya itu. Karena saya sendiri juga memakai produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, dan menurut saya, sangat cocok meskipun digunakan dalam sehari-hari, digunakan dalam acara yang formal pun juga bisa. Sehingga konsumen itu tidak kecewa dengan produk yang dibelinya itu.”²³

Ungkapan tersebut diatas menunjukkan bahwa kualitas dari produk yang di produksi oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung memang

²²Hasil observasi di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.30 WIB

²³Hasil wawancara dengan Riadhotus Sangadah selaku Marketer Care Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 09.00 WIB

berkualitas bagus, sehingga konsumen itu bisa nyaman dan puas saat memakai produk tersebut. Selain itu, saluran distribusi/pemasaran oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam memasarkan produknya. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Hartadi sebagai berikut:

“Jadi, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu berhasil. Yang paling menunjang terhadap penjualan itu adalah saluran distribusinya. Karena, Swarga Hijab tidak pernah jualan sendiri, yang berjualan adalah para distributor-distributor atau marketer-marketernya. Cuma, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu menyiapkan produk yang disukai market, menyiapkan foto yang harus di upload mereka, dan membaca pasar. Pada dasarnya ada dua model distribusi. Pertama, adalah pola marketer yaitu pola yang tidak harus menyetok sehingga mereka mendapatkan keuntungan yang luar biasa. Hari ini marketer di Swarga itu ada 250 orang. Kedua, menggunakan pola facebook add atau facebook berbayar, dan menggunakan pola reseller. Kalau mereka lebih suka menggunakan facebook add. Mereka lebih suka menggunakan gamis yang quantity nya banyak dan tidak banyak yang menggunakan gamis yang bervariasi. Jadi, tetep polos. Itu yang reguler itu untuk menyiapkan facebook add. Ada juga yang gamis event, yaitu gamis yang non reguler, yaitu yang kita buat limited. Misalnya, ini sekali keluar 500 gamis, dan keluar lagi 500, itu gonta-ganti. Biasanya itu setiap bulan itu minimal dua kali. Ada sampai yang empat kali. Sekali keluar biasanya 3-4 warna. Yang membedakan itu motifnya.”²⁴

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung berhasil dalam menunjang penjualannya. Karena, Swarga Hijab tidak pernah jualan sendiri, yang berjualan adalah para distributor-distributor atau marketer-marketernya. Hanya saja, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung harus menyiapkan produk yang disukai market, menyiapkan foto yang di upload mereka, dan membaca pasar. Disisi lain yaitu kelebihan produk Swarga Hijab Syar'i Tulungagung. Hal ini seperti yang

²⁴Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.47 WIB

dikatakan oleh Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Dari bahan baku yang berkualitas bagus, dari jahitan yang rapi, dan juga ada fitur-fitur cash back, itu juga sangat mempengaruhi, nyaman dipakai, rata-rata ukurannya pas kalau saat dipakai konsumen. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung.”²⁵

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, kelebihan dari produk Swarga Hijab Syar'i Tulungagung yaitu dari bahan baku, jahitan rapi, cash back, gamis yang dipakai nyaman dan rata-rata ukurannya pas saat dipakai konsumen. Kemudian, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu selalu mengikuti desain terkini. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Hartadi sebagai berikut:

“Iya, kalau mengikuti desain terkini wajib itu. Itu kita ada devisi yang bagian cari desain yang paling diminati itu warna apa, katanya trend bulan ini warna jingga. Tapi kita mencoba membuat batik yang warna jingga, tapi kalau yang polosan kita belum membuat. Tapi kita selalu mengikuti update. Update-update apa yang lagi trend saat ini, kemudian syarat untuk jangka panjang kan harus mengikuti trend.”²⁶

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu selalu mengikuti desain terkini dan selalu mengikuti update-update yang lagi trend saat ini dan untuk ke depannya. Dalam meningkatkan volume penjualan pasti memiliki hambatan pada saat memasarkan produk, seperti yang diungkapkan oleh Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

²⁵Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.48 WIB

²⁶Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.50 WIB

“Hambatannya, ketika kita salah desain. Dulu kita awal-awal kan kurang begitu paham polanya, terus sekarang sudah ketemu polanya. Jadi membuat tester gamis itu 500 gamis dulu. Kalau responnya bagus dinaikkan menjadi 1.000 gamis. Dulu ada gamis kita itu yang buat sedikit tapi dalam waktu 2 menit sudah laku sekitar 200 gamis. Kita sangat optimis, akhirnya kita buat ribuan, sekitar 2.000 lebih. Ternyata, setelah membuat banyak kurang diminati. Hambatannya, ketika kita salah membaca pola market, yang kita lakukan ya di obral atau diskon atau di masukkan event.”²⁷

Hal senada juga dikemukakan oleh Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

“Kadang-kadang memang ada produk itu yang sudah macet, tidak mau keluar. Karena banyak faktor-faktor, mungkin memang benar-bener pasar itu tidak suka, dan fotonya kurang bagus, atau mungkin harganya kemahalan.”²⁸

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, Swarga Hijab Syar’i Tulungagung kadang-kadang memang mengalami hambatan, tetapi hambatan itu juga tidak menjadi masalah yang cukup signifikan dikarenakan masih bisa diperbaiki. Sehingga dalam menghadapi hambatan tersebut, Swarga Hijab Syar’i Tulungagung memberikan obral atau diskon.

²⁷Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.53 WIB

²⁸Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 08.10 WIB

3. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Melalui Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung

Dalam melaksanakan strategi pemasaran melalui penetapan harga di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung menggunakan strategi tersendiri. Berikut penjelasan dari Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung:

“Jadi, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu mengambil strategi harga di atas pasaran. Jadi misalnya, gamis ini rata-ratanya harga Rp. 370.000, tetapi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung harganya bisa mencapai Rp. 390.000. Alasannya hari-hari ini sudah mulai ada pola-pola yang di online, yang mahal pasti lebih bagus. Jadi kalau segmentasi orang menengah itu rata-rata beli yang agak mahal dikit tapi enggak begitu mahal. Misalnya, ada Rp. 370.000 dan Rp. 390.000, tulisannya sama-sama bahannya enak dan sebagainya. Kalau harganya itu masih enggak terlalu jauh, rata-rata orang itu pasti memilih yang Rp. 390.000. jadi lebih mahal lebih baik, yang penting kita itu brand nya sudah kuat.”²⁹

Hal senada juga dikemukakan oleh Sangadah selaku Marketer Care Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Justru dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu mengambil harga yang diatas pasaran pada umumnya. Karena, konsumen itu kan berbeda-beda. Ada yang ingin model ini dan ada yang ingin model itu. Tapi disini itu mencari sesuatu yang ketika dipakai itu nyaman, tidak terawang, tidak tipis, tetep syar'i dan itu bisa membuat aurat kita tertutup rapat. Jadi, meskipun Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu mengambil harga diatas pasaran tetapi tidak menghambat penjualan produknya, justru yang sedikit lebih mahal kualitasnya juga bagus. Oleh karena itu, kebanyakan konsumen memilih membeli dengan harga yang sedikit lebih mahal tetapi mereka juga puas dengan apa yang dibelinya tersebut.”³⁰

²⁹Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.55 WIB

³⁰Hasil wawancara dengan Riadhotus Sangadah selaku Marketer Care Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 09.05 WIB

Pernyataan tersebut diatas diperkuat oleh ungkapan Sari selaku bagian Keuangan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Tentunya saat penetapan harga itu sudah mencakup Harga Pokok Produksi (HPP), kemudian untuk menentukan laba sendiri (Swarga Hijab Syar'i Tulungagung) itu juga disesuaikan dengan pasaran. Jadi ketika kita menentukan harga pastinya sudah melakukan survey terlebih dahulu.”³¹

Pernyataan tersebut diatas menunjukkan bahwa, strategi penetapan harga yang diterapkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung justru diatas pasaran. Hal tersebut dikarenakan, hari-hari ini itu sudah mulai ada pola-pola yang di online, yang lebih mahal sedikit pasti produk nya akan lebih bagus. Penetapan harga yang dilakukan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sudah mencakup Harga Pokok Produksi (HPP).

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, memang benar di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung mengambil strategi harga yang diatas pasaran, ini dikarenakan hari-hari ini sudah mulai ada pola-pola yang di online, yang mahal itu pasti lebih bagus. Jadi segmentasi orang menengah itu rata-rata membelinya yang agak mahal dikit tetapi juga tidak terlalu begitu mahal sekali.”³²

³¹Hasil wawancara dengan Yunita Dwi Sari selaku bagian Keuangan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 08.20 WIB

³²Hasil observasi di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.33 WIB

Hal ini juga diperkuat dengan bukti dokumentasi pada saat melakukan penetapan harga produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung yakni sebagai berikut:³³

Gambar 4.4

Pemberian Harga Produk Swarga Hijab Syar'i Tulungagung



Gambar diatas menunjukkan bahwa Swarga Hijab Syar'i Tulungagung melakukan penetapan harga pada produk yang ditawarkannya. Disisi lain, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sudah mempunyai brand yang sudah kuat. Kemudian, harga yang ditawarkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu dapat menunjang jumlah volume penjualan.

Berikut penjelasan dari Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar'i Tulungagung:

“Iya, tapi kadang-kadang pernah salah juga. Kadang kok kemahalan. Pernah juga yang kemahalan kemudian kita memberikan diskon agar segera terjual. Sehingga produk yang kita produksi itu tetep laku meskipun penjualannya tidak meningkat secara drastis. Tetapi disisi lain ada produk yang penjualannya sangat cepat. Misalkan ada produk yang baru di upload itu banyak yang menyukai sehingga itu dapat meningkatkan volume

³³Hasil dokumentasi pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 16.47 WIB

penjualannya dan bahkan disaat kita memproduksi sedikit, tetapi permintaannya sangat banyak.”³⁴

Hal senada juga dikemukakan oleh Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

“Iya, karena market Swarga Hijab Syar’i Tulungagung itu 60% dari luar negeri, jadi cukup bisa menunjang jumlah penjualan tersebut. Oleh karena itu, Swarga Hijab Syar’i Tulungagung betul-betul memperhatikan dari segi harga agar ke depannya semakin meningkat dan bisa meminimalisir terjadinya kendala-kendala yang tidak diinginkan.”³⁵

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa, pihak Swarga Hijab Syar’i Tulungagung terkadang juga salah dalam menentukan harga. Tetapi hal tersebut, bisa diatasi dengan memberikan diskon. Selain itu, Swarga Hijab Syar’i Tulungagung 60% marketnya adalah dari luar negeri, sehingga dapat menunjang jumlah penjualan tersebut.

Hal senada juga dikemukakan oleh Sari selaku bagian Keuangan Swarga Hijab Syar’i Tulungagung sebagai berikut:

“Dari Swarga Hijab Syar’i Tulungagung nantinya bisa mengadakan seperti promo, tetapi ketika ada promo itu tidak mengurangi laba Swarga Hijab Syar’i Tulungagung dan laba marketer itu, jadi laba Swarga Hijab Syar’i Tulungagung dan laba marketer itu sama-sama aman.”³⁶

³⁴Hasil wawancara dengan Agung Hartadi selaku pemilik Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 15.57 WIB

³⁵Hasil wawancara dengan Angga selaku Marketing Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 20 Juni 2019 pukul 10.10 WIB

³⁶Hasil wawancara dengan Yunita Dwi Sari selaku bagian Keuangan Swarga Hijab Syar’i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 08.25 WIB

Pernyataan tersebut diatas diperkuat oleh ungkapan Ananda selaku bagian Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sebagai berikut:

“Untuk mengatasi hambatan ketika harga yang kita berikan itu mengalami hambatan atau kemahalan, kita dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung itu juga mempunyai solusi yaitu dengan menurunkan harga dari produk yang kita pasarkan tersebut. dengan memberikan diskon-diskon yang menarik yang nantinya konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk dari Swarga Hijab Syar'i Tulungagung tersebut.”³⁷

B. Temuan Penelitian

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada pemilik usaha dan karyawan Swarga Hijab Syar'i Tulungagung. Peneliti akan menganalisis data dari hasil pengamatannya sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Melalui Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung

a. Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam mempromosikan produk dengan berbasis media online. Pelaksanaan strategi pemasaran melalui promosi dilakukan menggunakan strategi melalui sosial media, karena sosial media itu sangat berperan penting dalam menjalankan promosi. Media yang paling sering digunakan yaitu facebook personal dan juga facebook add dan itu sangat berdampak pada penjualan. Kemudian, juga ada instgram, akun market place, youtube, dan juga melalui via

³⁷Hasil wawancara dengan Viqih Ananda selaku Website dan Desain Promosi Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 08.01 WIB

website. Selain itu, kalau melalui media chatting yang paling berdampak yaitu whatshap dan telegram.

- b. Selain dengan mempromosikan produk dengan berbasis media online, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung juga mengadakan promo atau diskon. Jadi promosinya seperti ada event-event. Misalnya, waktu hari ulang tahun Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dibuat seperti promosi dan ada perhitungan point reward, dan itu juga sangat berdampak terhadap penjualan. Karena, ketika ada point reward itu para marketer semakin semangat dalam memasarkan produknya. Selain mendapatkan komisi, ada juga point reward yang di kalkulasi dihitung, sehingga akan menambah. Misalnya, waktu mengadakan point reward, ada yang berangkat umroh, ada yang mendapatkan notebook, handphone, itu dari point reward yang terkumpul selama satu tahun. Ada juga promo yang lainnya, misalnya, promosi dalam rangka Isra' Miraj atau waktu 17 Agustus itu Swarga Hijab Syar'i Tulungagung memberikan diskon, dan itu juga sangat berpengaruh terhadap penjualan.

2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Melalui Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung

- a. Swarga Hijab Syar'i Tulungagung selalu mengutamakan kualitas produk. Misalnya, dari bahan baku yang berkualitas bagus, jahitan yang rapi, ada fitur-fitur cash back, mengikuti desain terkini dan nyaman dipakai. Sehingga konsumen akan lebih tertarik membeli dan konsumen akan merasa puas dengan produk yang dibelinya itu.

b. Dalam membangun *Branding* Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, dengan menentukan logo dan motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan, dan juga menjaga kualitas. Swarga Hijab Syar'i 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 jilbab dengan kualitas produk yang secara sempurna menutup aurat dan juga tetap mengikuti model masa kini. Dalam menawarkan produk Swarga Hijab Syar'i Tulungagung sangat mementingkan kepuasan konsumen dengan selalu menjaga kualitas yang ada.

3. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Melalui Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Swarga Hijab Syar'i Tulungagung

a. Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam usahanya benar-benar memaksimalkan labanya, karena dalam menentukan harga sedikit lebih tinggi dari pasaran, disisi lain dengan mutu produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus.

b. Selain itu, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung memperbesar market share yang berbasis online dengan cara, lebih meningkatkan promosinya secara online sehingga konsumen akan lebih tahu. Saat ini Swarga Hijab Syar'i Tulungagung memiliki market 60% dari luar negeri, jadi dengan ditunjang market share dari luar negeri itu cukup menunjang jumlah volume penjualan tersebut. Oleh karena itu, Swarga Hijab Syar'i

Tulungagung betul-betul memperhatikan dari segi harga, agar ke depannya semakin meningkat dan bisa meminimalisir terjadinya kendala-kendala yang tidak diinginkan.