BAB IV

HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data yang diperoleh dari pengamatan wawancara mendalam serta dokumentasi sebagaimana telah peneliti mendeskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasikan agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pengamatan wawancara telah dilaksanakan yaitu mengumpulkan data mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada "Galeri Aska Tulungagung".

A. Paparan Data Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Tabel 4.1

Letak Geografis, Batas Wilayah atau Daerah dan Luas Wilayah Kecamata Karangrejo

Batas Sebelah	Berbatas Dengan
Utara	Kabupaten Kediri
Timur	Kec. Ngantru & Kec. Kedungwaru
Selatan	Kec. Kauman
Barat	Kec. Sendang & Kec. Pagerwojo

B. Luas Wilayah : 35.54 Km²

Sumber : Badan Pengawas Statistik Tulungagung.[1]

Lokasi "Galeri Aska Tulungagung" terletak di Jalan raya Sembon, RT 03 RW 01 Sukowidodo Timur, Sembon, Karangrejo, Tulungagung, Jawa Timur. Pengrajin bantal karakter dan souvenir ini memiliki lokasi yang cukup luas dan keadaan sekitar toko yang dekat dari pemukiman warga oleh karena itu ketika pelanggan datang bisa langsung melihat kualitas dari produ "Galeri Aska Tulungagung". Jam buka "Galeri Aska Tulungagung" buka setiap hari dari jam 08.00 s/d 16.00 WIB

[1] Badan Pengawas Statistik Tulungagung, Diakses pada tanggal 17 Juni 2019 pukul 19.00

2. Sejarah Berdirinya Galeri Aska Tulungagung

Awal mula berdirinya produksi bantal karakter dan souvenir “Galeri Aska Tulungagung” yaitu usaha yang didirikan oleh Ibu Riski Fitria yang sering disapa dengan Ibu Riska sebagai pemilik usaha Galeri Aska Tulungagung pada tahun 2011 yang bertempat di Jalan raya Sembon, RT 03 RW 01 Sukowidodo Timur, Sembon, Karangrejo, Tulungagung, Jawa Timur.

Beliau mulai membuat bantal karakter dan souvenir ketika masih semester dua di STAIN Tulungagung, beliau melihat tantenya yang membuat dompet dan beliau mulai belajar mencoba membuatnya sendiri, setelah berhasil dompet tersebut dijual ke berbagai tempat. Sebagian yang diproduksi oleh Ibu Riska laku terjual tetapi beliau belum bisa memanajemen pengeluaran dan pemasukan sehingga beliau mengalami kerugian. Tidak lama, beliau keluar dari zona tersebut dan mulai menekuni lagi pembuatan bantal karakter dan souvenir miliknya.

Tujuan dari pemilihan bantal karakter yang diproduksi yaitu karena di Tulungagung masih jarang penjualan bantal karakter secara grosir. Dengan adanya produksi kerajinan bantal karakter dan souvenir tersebut, maka akan menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar terutama ibu rumah tanga dan remaja. Dan menambah peluang juga bagi Ibu Rumah Tangga yang mengurus anaknya dirumah, karena di Galeri

Aska Tulungagung juga menyediakan lapangan pekerjaan untuk dibawa kerumah masing-masing.

Perkembangan usaha Ibu Riska dari awal produksi tahun 2011 sampai 2013 terus meningkat, pada tahun 2014 – 2015 mulai sedikit menurun karena konsumen yang mulai bosan dengan produk tersebut. Akhirnya tahun 2015 berjalan beliau melakukan inovasi, menciptakan produk baru berupa bantal untuk bayi yang baru lahir (*baby* born) tanpa meninggalkan produk yang lama. Sampai sekarang beliau sering eluncurkan produk-produk terbaru sesuai karakter yang diinginkan oleh pelanggan. Souvenir, dompet, karpet, boneka, bantal karakter dan souvenir lainnya di Galeri Aska Tulungagung hingga sekarang ini terus berkembang sangat pesat.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Galeri Aska Tulungagung awalnya dengan menitipkan produk dan dibawa oleh sales, banyak yang laku terjual tetapi banyak juga kendalanya seperti pada saat ambil barang belum menyetorkan uang, sehingga putaran uang agak lambat. Jika dibiarkan lama kelamaan beliau akan merugi. Beliau juga memasarkan produknya lewat media sosial instagram dan media masa. Melalui *instagram* Ibu Riska sering mempromosikan produknya mulai dari proses pembuatan bantal karakter sampai proses pengemasan, dan memberikan contoh gambar asli beberapa karakter yang bisa dipesan oleh pembeli. Produk Galeri Aska Tulungagung juga sering di *endorse* oleh akun-akun yang sudah terkenal dikalangan masyarakat. Melalui media masa, profil

usaha Galeri Aska Tulungagung juga sering dimuat di surat kabar Tulungagung. Melalui pameran yang diselenggarakan oleh dinas UMKM Tulungagung dan lain sebagainnya.[2]

Tabel 4.2

Jumlah karyawan Galeri Aska Tulungagung Tahun 2019

Asisten	1 orang
Proses pemotongan	7 orang
Bordir	2 orang
Jahit	7 orang
Pengemasan	1 orang

Sumber: Wawancara kepada Ibu Riska selaku pemilik usaha Galeri Aska Tulungagung

Dari awal usaha, Galeri Aska Tulungagung hanya memiliki dua karyawan untuk memproduksi bantal karakter dan souvenir, dan sampai sekarang karyawannya sudah mencapai delapan belas karyawan. Sebagian karyawan yang memegang jahit dan bordir dikerjakan dirumah masing-masing karena keterbatasan tempat toko dan faktor keluarga yang mengharuskan dikerjakan dirumah.

[2] Hasil Wawancara Bersama Ibu Riska Selaku Pemilik Usaha Di Galeri Aska Tulungagung tanggal 20 mei 2019 pukul 08.30

B. Temuan Penelitian

Penelitian ini akan memberikan gambaran dari pengumpulan data di lapangan yang akan membahas mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Galeri Aska Tulungagung. Strategi pemasaran bantal karakter Galeri Aska Tulungagung dalam melakukan kegiatan produksi dengan selalu memperhatikan kepuasan konsumen dan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, dengan demikian akan meningkatkan penjualan.

1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Galeri Aska Tulungagung

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan keputusan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Pada “Galeri Aska Tulungagung” juga telah menerapkan strategi pemasaran khususnya yaitu strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

Pada awalnya pengrajin bantal karakter dan souvenir “Galeri Aska Tulungagung” bukan merupakan satu-satunya usaha yang ada di Tulungagung. Pendirian usaha ini didasari oleh hobbi dari Ibu Riska yang awalnya hanya mencoba belajar menjahit dari saudaranya, lalu beliau

berinisiatif untuk menciptakan produk sendiri. Dari tahun ke tahun jumlah permintaan dari bantal karakter maupun souvenir semakin meningkat. Ibu Riska selaku pemilik usaha berupaya untuk terus mengembangkan bisnisnya dan menjaga produknya agar tetap bertahan di pasaran terutama karena adanya pesaing yang menjual produk yang sama.

Strategi pemasaran adalah pedoman yang dijadikan dasar dalam melakukan kegiatan terutama dalam bidang pemasaran mulai dari perencanaan produk hingga distribusi kepada konsumen yang dapat berdampak pada kondisi organisasi bisnis kedepannya dan juga untuk mencapai tujuan perusahaan untuk mningkatkan volume penjualan tercapai secara efektif dan efisien. Dalam strategi pemasaran banyak metode-metode analisa yang digunakan. Yang paling sering digunakan adalah pendekatan bauran pemasaran (marketing mix).

Strategi bauran pemasaran (marketing mix) merupakan strategi kombinasi kegiatan-kegiatan inti pemasaran dimana kegiatan-kegiatan ini dapat dikendalikan dan berdampak pada reaksi konsumen. Didalam strategi bauran pemasaran terdapat 4 prinsip yang biasa digunakan yakni *Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, strategi pemasaran mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pemasaran bisnis. Strategi dalam memasarkan produk memang harus benar-benar diperhatikan, karena hal tersebut merupakan kunci keberhasilan dan berkembangnya suatu usaha.

Adapun strategi pemasaran yang diterapkan oleh “Galeri Aska Tulungagung” yaitu:

a. **Produk**

Produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran. Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Produk yang ditawarkan oleh “Galeri Aska Tulungagung” yaitu bantal karakter dan souvenir.

Dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh “Galeri Aska Tulungagung”, Ibu Riska selalu menyedikan produk yang berkualitas. Sampai saat ini Ibu Riska selalu berusaha meningkatkan kualitasnya. Seperti penuturan dari Ibu Riska selaku pemilik usahan “Galeri Aska Tulungagung” beliau mengatakan:

> “produk dari “Galeri Aska Tulungagung” ada macam-macam mbak, ada bantal karakter, souvenir, dan pouch karakter, ada juga karpet, karpet karakter kalau ada yang pesan gitu kita buatkan. dari produk tersebut, kita juga menerima pesanan sesuai dengan yang diinginan oleh konsumen. Tetapi di “Galeri Aska Tulungagung” ini ada batas minimal pembeliannya. Diutamakan yang beli grosir, kalau senggang ya bisa melayani ecer juga”.[3]

Penjelasan tersebut juga didukung oleh paparan dari Bapak Farid, juga selaku pelanggan “Galeri Aska Tulungagung”.

[3] Hasil Wawancara Bersama Ibu Riska Selaku Pemilik Usaha Di Galeri Aska Tulungagung tanggal 20 mei 2019 pukul 08.30

> *"produk yang ditawarkan disini cukup menarik dan cukup banyak ya mbak, ada puoch karakter, bantal karakter ada souvenir juga*".

Dari keterangan Ibu Riska dan Bapak Farid bahwasannya pada "Galeri Aska Tulungagung" ini memproduksi berbagai bentuk model bantal karakter, souvenir, dan pouch atau tempat make up sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. "Galeri Aska Tulungagung". Juga memproduksi karpet jika ada pelanggan yang membutuhkan. Dalam produksi bantal karakter dan souvenir "Galeri Aska Tulungagung" menerima segala bentuk pesanan dari konsumen atau pelanggannya. Bahan baku dari bantal karakter yaitu dakron dan kain dengan kualitas yang baik, dimana untuk bantal karakter bisa menjualnya grosir dan ecer (minimal pembelian 10 pcs), tetapi souvenir dan pouch paling sedikit sekitar 50 pcs.

Adapun strategi produk yang diterapkan pada "Galeri Aska Tulungagung", yaitu:

1) Kualitas produk

Sebagai pengrajin bantal karakter dan souvenir yang sudah berdiri sejak tahun 2011 sampai sekarang ini, strategi-strategi dalam mempertahankan produknya di pasaran, salah satunya dengan selalu menjaga kualitas bantal karakter dan souvenir, seperti penjelasan dari Ibu Riska, beliau mengatakan:

> *"Disini yang kami prioritaskan itu kualitas produknya ya mbak, jika produk tersebut berkualitas, rapi, maka konsumen akan merasa puas. Ketika konsumen puas itu juga membuat kami senang gitu, maka dari itu kami harus menjaga kualitas dari produk tersebut. Seperti bahan dari bantal karakter ini menggunakan dakron yang bagus empuk juga, kan konsumen menjadi puas gitu".*[4]

Memperkuat penjelasan dari pemilik "Galeri Aska Tulungagung" peneliti juga menanyakan pertanyaan yang sama kepada salah satu karyawan pada pengrajin bantal karakter ini tentang kualitas dari produk bantal karakter dan souvenir "Galeri Aska Tulungagung". Seperti yang disampaikan oleh Mbak Dewi, beliau menyampaikan :

> *"Kualitas disini sangat dijaga ya mbak, ketika ada karyawan baru juga diawasi oleh Ibu Riska mulai dari cara pemotongan, menjahit, membordir, ataupun waktu pengemasan. Semua proses pengerjaan dicek sama Ibu Riska atau saya. Saya juga mengajari karyawan-karyawan baru di "Galeri Aska Tulungagung" ini".*[5]

Pemilihan bahan baku produk yang bagus akan mempengaruhi dari kualitas produk tersebut. Penempatan kualitas produk menjadi tolok ukur masyarakat dalam pembelian, kualitas produk menunjukkan ketepatan produk tersebut dan mudah dipercayai. Oleh karena itu, "Galeri Aska Tulungagung" sangat mengedepankan kualitas produk dari

---

[4] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[5] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku admin dari "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

bantal karakter dan souvenir agar konsumen atau pelanggannya menetap untuk membeli produk tersebut. Selain dari pengawasan, pemilik dari "Galeri Aska Tulungagung" bersama asistennya yaitu Mbak Dewi juga turun tangan untuk mengajari karyawan baru sesuai dengan keahliannya.

Penjelasan tersebut didukung oleh Ibu Firda sebagai berikut;

> *"saya selaku reseller juga iku andil dalam pengecekan kualitas produk "Galeri Aska Tulungang" ya mbk, karena kan produknya saya jual lagi jadi saya cek lagi dengan teliti. Tapi alhamdulilahnya ya kualitasnya tetap terjaga dari dulu sampai sekarang tetap bagus".*[6]

Penjelasan diperkuat oleh Bapak Farid selaku pelanggan, beliau mengatakan:

> *"produk yang ditawarkan dari "Galeri Aska Tulungagung" cukup bagus lah ya, meskipun saya laki-laki dan hanya menemani istri untuk belanja, tapi saya juga tau kualitas produknya. Jahitanya rapi, barangnya bervariasi, bisa beli sesuai dengan harga, ukuran yang diinginkan".*[7]

Penjelasan diatas memperjelas bahwasannya dengan mempertahankan kualitas produk, konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri dan akan menambah referensi untuk memesan lagi di "Galeri Aska Tulungagung".

---

[6] Wawancara dengan Ibu Firda selaku *Reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[7] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

2) Mematenkan produk

Selain dengan mempertahankan kualitas produk, mematenkan merk juga ditunjang dengan kemasan dan merk yang sudah dimiliki oleh "Galeri Aska Tulungagung". Dengan memiliki kemasan dan merk yang menarik maka konsumen akan lebih percaya dan menambah nilai dari produk tersebut. Seperti yang telah dijelaskan oleh Ibu Riska:

> *"untuk merk "Galeri Aska Tulungagung" itu sudah dipatenkan ya mbak, sejak usaha ini berdiri, kenapa? Ya karena jika tidak dipatenkan dari awal nanti takutnya ada yang berusaha meniru produk kami. Selain itu, penetapan merk pada produk kami itu digunakan agar produk bisa masuk diswalayan, kali pertama yang saya datangi ya Transmart Surabaya. Dan itu harus mempunyai merk sendiri".*[8]

Peneliti juga menanyakan pertanyaan yang sama kepada salah satu pelanggan pada pengrajin bantal karakter ini tentang label merk dari produk bantal karakter dan souvenir "Galeri Aska Tulungagung". Seperti yang disampaikan oleh Mbak Dewi, beliau menyampaikan:

> *"suka saja belanja disini mbak, selain bantalnya yang unik dan menarik, produk ini juga sudah mempunyai merk atau label sendiri. Jadi nggak wawang gitu belanja disini, sudah amanlah, bukan produk abal-abal".*[9]

---

[8] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[9] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Bapak Farid sebagai berikut:

> *"sudah seharusnya setiap barang itu mematenkan merknya,selain agar tidak ditiru oleh penjual lain, tetapi juga untuk kira sebagai konsumen kan sudah jelas kalau produk itu sudah dipatenkan dan sudah layak diperjualbelikan".*[10]

Penciptaan merk yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" dilakukan sejak awal produksi penjualan, tujuannya yaitu agar produk yang dibuatnya tidak bisa ditiru oleh produsen lain, melindungi produk-produk yang unik serta mempermudah konsumen untuk menemukan produk tersebut. Selain itu, untuk penjualan keberbagai tempat swalayan dan lembaga-lembaga usaha juga harus dipatenkan.

Menurut Ibu Dewi dan Bapak Farid, ketika produk usaha ada labelnya maka konsumennya akan merasa aman dan produk tersebut sudah teruji kualitasnya. Manfaat lain dari penciptaan merk yaitu untuk memberikan kesan tersendiri kepada konsumen dan menambah nilai jual yang lebih tinggi.

Ketika sebuah usaha memperhatikan pemberian label *merk* pada produknya, maka akan menambah nilai tersendiri pada produk tersebut, dan menambah minat bagi konsumen. Penjualan *online* sudah marak di Indonesia, dengan memtenan

[10] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

produk tersebut akan menghindari peniruan-peniruan yang mengatasnamakan Galeri Aska Tulungagung.

3) Pengemasan Produk

Kemasan mempunyai arti yang sangat penting dari penjualan, pengemasan tidak hanya dilakukan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi juga digunakan untuk mempermudah pelanggan membawanya dan menarik konsumen baru. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Riska:

> *"sebelum packing biasanya saya melakukan pengecekan dari setiap proses produksi, mulai dari cara pemotongan, proses jahitan, dan cara membordir. Adakah yang kurang rapi, ada yang harus dibenahi kah, ada yang terlewatkan belum dibordir nggak, gitu".*[11]

Seperti yang dikatakan oleh Mbak Dewi selaku admin atau asisten dari "Galeri Aska Tulungagung", beliau mengatakan:

> *"disini produksinya kan nggak hanya satu atau dua biji mba setiap hari kami produksi kurang lebih 100 pcs lah, sebelum packing itu dicek i sama bu Riska, kalau beliau sibuk ya saya penggantinya".*[12]

Pengecekan barang berfungsi untuk menjaga kualitas dari produk. Baik dari prosesnya maupun hasilnya, apakah ada

---

[11] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[12] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku admin "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

kerusakan dari produk atau produk sudah siap dikemas. Selain itu, pengecekan dilakukan untuk menambah ketelitian bagi karyawan dalam memproduksi barang lagi.

Tambahan dari Ibu Riska, beliau memaparkan penjelasannya sebagai berikut:

> *"pengemasan di "Galeri Aska Tulungagung" mempunyai peran penting juga, seperti souvenir pernikahan, kita buatkan nama pemiliknya dan kita kemas secara rapi. Ada juga bantal karakter itu kita buatkan sesuai selera pemiliknya ada yang menginginkan pengemasan menggunakan kain yang transparan gitu, ada juga yang seperti kantong transparan agar mudah dibawa".*[13]

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Mbak Firda selaku reseller "Galeri Aska Tulungagung", beliau mengatakan:

> *"sukanya membantu menjualkan produk disini itu, kita bisa memilih produ seperti apa, dan packingnya gimana, jadi lebih memudahkan saya dan konsumen gitu, apalagi kalau barangnya datang sama persis dengan apa yang diinginkan, kan konsumen saya nggak complain, malah bisa order lagi".*[14]

Seperti yang dituturkan oleh Ibu Riska strategi produk yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" diantaranya proses pengemasan. Selain untuk melindungi produk, tetapi juga untuk menambah minat masyarakat. Pengemasan yang dilakukan "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dibungkus

---

[13] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[14] Wawancara dengan Mbak Firda selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

menggunakan plastik transparan, agar lebih enak dipandang dan menambah minat pembeli.

Pengemasan mempunyai arti penting untuk mempengaruhi konsumen atau pelanggan secara langsung maupun tidak langsung didalam menentukan pilihan terhadap produk yang akan dibelinya. Fungsinya yaitu untuk pembungkus dari produk, juga untuk mencegah kerusakan fisik dari produk tersebut.

4) Pelayanan kepada konsumen

Keberhasilan sebuah produk ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan dari produsen ke konsumen. Pelayanan yang diberikan mencakup pelayanan sewaktu memasarkan produk, pelayanan saat menyerahkan barang. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Riska:

> *"kami menganggap pembeli itu seperti teman sendiri, atau keluarga. Ketika pembeli puas maka kami juga bisa merasakan kepuasan dari pelanggan. Jadi ya sebisa mungkin kita layabi dengan baik. Ada juga ketika ada yang tanya tentang produk, ya kami berusaha menjawab dengan ramah atau ketika lewat media sosial ya kita berusaha membalas semua chat dari pelanggan".*[15]

[15] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Mbak Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung", menambahkan:

> *"kalau saya beli di "Galeri Aska Tulungagung" itu selalu disambut senyum hangat dari pekerjanya mbak, nanti kalau ketemu pemiliknya itu Bu Riska malah seperti teman sendiri padahal dulu baru kenal. Beliau sangat akrab kepada siapapun".*[16]

Pernyataan tersebut diipertegas oleh Bapak Farid selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung", beliau menjelaskan:

> *"kalau kesini tuh selalu disambut oleh Ibu Riska, meskipun sudah order kesekian kalinya, beliau tetap ramah begitu juga dengan karyawannya".*[17]

Seperti yang dijelaskan oleh Mbak Dewi dan Bapak Farid, bahwa pelayanan yang diberikan "Galeri Aska Tulungagung" sangat ramah dan *welcome* terhadap pelanngannya. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen betah berbelanja di "Galeri Aska Tulungagung" dan kemungkinan besar akan kembali belanja lagi.

b. Harga

Kebijakan harga turut menentukan keberhasilan dari sistem pemasaran produk. Setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian

---

[16] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[17] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Adapun strategi harga pada "Galeri Aska Tulungagung" yaitu:

1) Harga disesuaikan dengan kualitas

Penetapan suatu harga pada usaha "Galeri Aska Tulungagung" dilatar belakangi dengan harga bahan baku, jika bahan baku naik maka harga bantal karakter dan souvenir juga ikut naik dan sebaliknya. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Riska:

> *"untuk harga dompet karakter kami mematok harga dari 4.500-7.000 mbak, kalau bantal karakter dari harga 20.000 bisa sampai 50.000 tergantung model, ukuran dan tingkat kesulitan pembuatannya. Disini kami mengutamakan untuk pembelian grosir mbak sekitar 200 pcs keatas, tetapi juga melayani ecer kok, tapi proses pengerjaannya agak lama. Kalau untuk produksi, kita lihat kualitas bahan baku ya, kalau bahan baku naik maka kita juga menaikan harga produk tentunya".*[18]

Menurut Mbak Firda selaku *Reseller* "Galeri Aska Tulungagung", beliau mengatakan:

> *"harga dari sini lumayan murah mbak di banding dengan supliyer lainnya. Biasanya konsumen itu carinya yang barang bagus kualitas bagus tapi harga yang lebih murah, makannya saya senang menjadi reseller disini banyak yang nyari. Meskipun jualnya lusinan ya saya juga bisa bantu jual. Saya saja sekali ambil bisa sampai 300-400 lusin dompet karakter loh, karena peminatnya juga banyak kan. Dari saya biasanya dijual lagi oleh pedagang tersebut".*[19]

---

[18] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[19] Wawancara dengan Mbak Firda selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 201

Paparan dari Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" yaitu:

> *"menurut saya harga yang ditawarkan sangat terjangkau, sesuai pasaran karena melihat kualitas, ukuran, kesulitan pembuatan juga, sehingga menurut saya sesuai lah kualitas harga dengan produknya".*[20]

Penjelasan dari Mbak Alma selaku karyawan pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" yaitu:

> *"memang harga dari masing-masing produk berbeda ya mbak, tergantung tingkat kesulitan, berapa lama pengerjaan. Tapi relative semua hampir sama mbak, seperti pouch itu kan per pcnya 4.700 kalau lebih rumit mungkin ya sekitar 5.000 per pcs nya. Jadi kalau ada pelanggan baru yang tanya dan nggak ada Ibu Riska kita bisa mudah bantu jawabnya".*[21]

Hal tersebut diperkuat oleh Mbak Anis, yaitu:

> *"harga yang ditawarkan lumayan murah ya mbk, karena target pasar saya sendiri itu menengah ke atas, jadi customer saya ya mau-mau aja dengan harga segitu. Kalau dipasarkan ke penjual lain juga laku, karena mereka juga melihat dari kualitas barangny, jadi sesuai dengan harga segitu, bahkan banyak juga yang repeat order disaya".*[22]

Penentuan harga dari masing-masing produk berbeda, tergantung lama dan sulinya proses pembuatannya. Harga dari

---

[20] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[21] Wawancara dengan Mbak Alma selaku karyawan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[22] Wawancara dengan Mbak Anis selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

"Galeri Aska Tulungagung" untuk bantal karakter kisaran Rp.25.000 – Rp.40.000 per pcs, untuk dompet Rp.4.500 – Rp.7.000 per pcs tetapi tidak dijual ecer, melainkan grosir harus diatas 200 pcs, untuk souvenir juga grosir belum menerima ecer seharga Rp.4.500 – Rp.7.000

Harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan juga merupakan strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha "Galeri Aska Tulungagung", kualitas dan harga yang sesuai akan dapat meningkatkan penjualan. Konsumen aan merasa puas dengan produk tersebut. Kesesuaian harga dan kualitas yang diberikan menimbulkan pelanggan setia mengambil produk bantal karakter atau souvenir di "Galeri Aska Tulungagung".

2) Memberikan Harga yang Sama pada Setiap Konsumen

Banyaknya jumlah produk yang diproduksi oleh "Galeri Aska Tulungagung" tidak membedakan harga dari konsumen satu dengan yang lainnya. Harga semua tetap sama, yang membedakan hanya terletak pada harga grosir dan reseller.

> *"untuk harga kami sama saja ya mbk, antara pelanggan lama maupun konsumen baru. Kami juga melayani harga grosir, kalau ecer ya pas tidak sibuk, tidak banyak pesanan. Kalau mau pesan ecer juga bisa pada mitra kami yang ada di Transmart Kediri, Surabaya, Malang, Ngagel. Kami juga menitipkan produk kami di Dinas Perdagangan Tulungagung, Plut,*

Oleh-oleh tulungagung, kalau mau ecer saya sarankan kesana".[23]

Penjelasan dari Ibu Riska juga didukung oleh Mbak Firda dari Malang selaku salah satu reseller aktif "Galeri Aska Tulungagung" selama lima tahun terakhir ini, berikut hasil wawancara dengan beliau:

"saya reseller ya mbk, tentunya harga untuk saya ya beda dengan pembeli lainnya, karna kan produk tersebut tak jual kembali. Untuk harga segitu menurut saya juga sudah murah sih, buktinya saya sendiri sampai sekarang masih mengambil disini otomatis pelanggan saya juga suka-suka saja gitu, bisa menerima dengan harga yang ditentukan".[24]

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Mbak Dewi selaku admin atau asisten di "Galeri Aska Tulungagung", beliau mengatakan:

"untuk harga konsumen lama atau baru sama ya mbak, dari Mbak Riska nya beliau memberikan harga sekian, jadi untuk pelanggan baru atau lama yang datang kesini, harga yang ditawarkan sama saja. Beda lagi kalau reseller nanti sudah pribadi".[25]

Dalam pemaparan penjelasan tersebut sudah jelas bahwasannya dalam penentuan harga diimbangi dengan kualitas yang diberikan. "Galeri Aska Tulungagung"

---

[23] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[24] Wawancara dengan Ibu Firda selaku *Reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[25] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku admin "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

mempunyai harga sendiri karena kualitas yang diberikan berbeda dengan yang lain. untuk harga pelanggan lama maupun baru harga nya sama. “Galeri Aska Tulungaung” juga mempunyai mitra dan juga reseller, jadi harga yang diberikan juga berbeda karena pada mitra maupun reseller, barang tersebut akan dijual kembali.

c. Saluran Distribusi

Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran.

Saluran distribusi merupakan jalur yang dilewati suatu produk dari tangan produsen kepada konsumen. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pendek atau panjangnya jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang.

Dalam menyalurkan produk, ada peran perantara yaitu perusahaan yang membantu mendistribusikan barang-barang, para perantara tersebut membantu memindahkan produk ke tangan pelanggan atau dengan cara memberikan informasi kepada konsumen. Strategi saluran distribusi yang oleh “Galeri Aska Tulungagung” yaitu:

1) Penyaluran distribusi secara langsung

Penyaluran distribusi secara langsung yaitu dari produsen langsung ke tangan pembeli. Konsumen yang tidak dapat mengambil barang sendiri karena keterbatasan waktu, dapat juga diantarkan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yang telah dituturkan oleh Ibu Riska:

> *"banyak konsumen yang datang untuk mengambil pesanan atau masih melihat-melihat barang mbak, ada juga yang saya antarkan sendiri karena waktu yang tidak memungkinkan untuk ambil barang, seperti pengerjaan agak telat sedangkan besok sudah harus siap, itu kalau saya dan suami senggang ya saya antarkan".*[26]

Hal tersebut diperkuat oleh Bapak Farid selaku pelanggan di "Galeri Aska Tulungagung" beliau mengatakan:

> *"saya sering kesini mbak, kadang lihat-lihat stok dulu yang ada disini sama istri saya, kadang kalau ada yang baru gitu saya langsung ambil".*[27]

Kebanyakan pelanggan yang memesan di "Galeri Aska Tulungagung" dengan mengambil barang langsung ke toko, jadi tidak menunggu lebih lama lagi. Dan ada juga yang langsung diantarkan oleh pemilik "Galeri Aska Tulungagung" ketika terjadi kendala atau keterbatasan waktu pengiriman.

---

[26] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[27] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

2) Penyaluran distribusi secara tidak langsung

Kegiatan yang secara aktif dilakukan pengusaha untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan yang siap digunakan dan dikonsumsi. Pengrajin bantal karakter dan souvenir "Galeri Aska Tulungagung" yang awalnya hanya diketahui masyarakat sekitar, sekarang sudah meluas di berbagai daerah. Pangsa pasar dari produk "Galeri Aska Tulungagung" meliputi semua wilayah Jawa terutama Jawa Timur bahkan ke luar pulau seperti Kalimantan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Riska:

> *"ya alhamdulilah ya mbak, pelanggan tuh ada aja gitu, dari promosi-promosi yang sudah saya lakukan apalagi promosi online, kalau online kan lebih luas jadi ya pelanggannya dari mana aja. Ada juga yang dari teman yang ada di Jawa Tengah".*[28]

Penyaluran barang secara tidak langsung bisa dilakukan dengan cara mengirim paket menggunakan jasa pengiriman, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Riska:

> "*ketika para pelanggan atau konsumen tidak bisa datang ke store. kita menawarkan jasa pengiriman juga. Kita bekerja sama dengan kantor pos dan Grab Tulungagung. Jadi untuk wilayah Tulungagung kita menggunakan jasa grab, jika sudah keluar batas wilayah Tulungagung kita pakai paket pos".*[29]

---

[28] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[29] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Paparan Ibu Dewi sebagai pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" yaitu:

> *"pernah juga waktu order saya coba menggunakan grab, pengirimannya juga memuaskan, cepat sampai nggak sampai 24 jam malah. Jadi lebih gampanglah order-order barang ketika nggak bisa datang ketoko, irit waktu, lebih efisien juga. Kalau ada yang mudah kenapa pilih ribet itung-itung juga untuk tambahan pak kurir".* [30]

Mbak Firda mengatakan bahwa:

> *"rumah saya jauh ya mbk, pelanggan saya juga banyak yang dari Malang, Blitar. Jadi ketika barang sudah jadi ya saya juga menawarkan pengiriman lewat pos juga. Biar saya jadi dropship gitu, nggak ribet langsung dikirim dari "Galeri Aska Tulungagung" atas nama saya".*[31]

Dari uraian tersebut, dapat diketahui bahwa untuk memesan barang sudah bisa menggunakan paket pesan antar memalui jasa Kantor Pos dan *Grab.* Distribusi secara tidak langsung lebih efektif dan efisien. Dengan mengantar pesanan barang langsung kepada konsumen akan lebih mudah dan efisien dalam melayani konsumen dan konsumen akan dapat merasakan kepuasan tersendiri dari pelayanan antar barang. Konsumen juga tidak perlu menunggu terlalu lama kapan barang akan datang.

---

[30] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[31] Wawancara dengan Mbak Firda selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

Ketika menitipkan barang ke sales atau perusahaan, distributor harus hati-hati karena kemungkinan banyak terjadi ketidakjujuran. Distributor juga dapat melaksanakan strategi *push* dan *pull*. Strategi *Push* merupakan mendorong jalur distribusi untuk menjual lebih banyak produk ke konsumen. Sedangkan strategi *pull* merupakan usaha menarik barang dari toko ke tangan konsumen. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Riska:

> *"kami mempunyai mitra yaitu Transmasrt Surabaya, Malang, Ngagel, Kediri. Untuk transmart kami masih menitipkan bantal saja. Kami juga menitipkan produk kami selain bantal leher ada juga puoch karakter di Dinas perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, PLUT, Oleh-oleh stasiun Tulungagung, Usaha Mikro Kecil Menengah Tulungagung. Untuk sales biasanya membawa barang dulu dari kami seperti pouch karakter dan bantal, untuk pembayaran bisa dilakukan dikemudian hari. Sedangkan reseller dia langsung mengambil, sekali ambil bisa langsung 200 lusin, dan itu sudah langsung tanggungannya. Mereka juga melakukan promosi disosial media, maupun media masa, agar pelanggan lebih tertarik lagi".*[32]

Tambahan dari Ibu Riska:

> *"jadi strategi push di "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan menitipkan barang ke mitra-mitra dan juga ke lainnya seperti UMKM Tulungagung, PLut dan sebagainya. Karena kalau saya yang promosi sendiri ya hasilnya nggak maksimal. Kalau dititipkan kan juga ada penghasilan lebih. Saya kan nggak srantan ya mbak,*

[32] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

saya lebih baik untung sedikit tapi cepat laku, dibanding untung banyak tapi laku lama".[33]

Paparan dari Ibu Riska, beliau juga mengatakan:

"kalau strategi pull yang digunakan di "Galeri Aska Tulungagung"ini kalau ada barang banyak, atau barang yang sudah lama nggak jadi trend lagi biasanya saya promosiin mbak, saya adain promo banting harga gitu, atau mungkin saya bikin give away lah biar laku. Dan stok lama yang menumpuk bisa berkurang, bisa ditempati stok baru yang sudah jadi".[34]

Strategi *push* yang dilakuan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan mengajak mitra, mneggandeng perusahaan-perusahaan besar dan sales untuk dititipi produknya. Agar produk lebih diminati oleh masyarakat dan lebih dikenal dikalayak umum. Strategi *pull* yang dilakuan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan cara mempromosikan ulang produk lama dengan harga yang berbeda, tujuannya agar barang tersebut gampang laku terjual dan bisa ditempati produk baru. Jadi untuk mendorong penjualan melalui saluran distribusi dapat dilakukan dengan cara promosi, memberikan diskon khusus, bonus dan lainnya. Menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kringinan pelanggan. Mengikuti trend pada jamannya.

---

[33] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[34] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

d. Promosi

Promosi merupakan semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk pada target pasar. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran yang bersifat membujuk sasaran suatu pembeli. Tujuan promosi adalah untuk memodifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan produk kepada konsumen, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk agar tidak beralih ke produk lain.

Kegiatan promosi dapat berupa iklan, promosi penjualan, yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik maupun media online. Dalam melakukan kegiatan promosi, perlu adanya biaya khusus untuk mengembangkan media promosi penjualan agar menghasilkan media promosi yang menarik agar konsumen tertearik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Sebelum membuka usaha oleh “Galeri Aska Tulungagung”, produk bantal karakter, *pouch* maupun souvenir ini sudah melalui promosi karena produk tersebut sudah masuk di lingkungan masyarakat khususnya daerah Tulungagung dari mulut ke mulut. Dengan cara tersebut pengenalan produk bantal karakter, *pouch* maupun souvenir ini sudah menyebar luas. Tetapi seiring berjalannya waktu usaha ini juga memerlukan promosi yang lebih

agar sampai kepada masyarakat luas, bahkan di luar kabupaten Tulungagung, dengan berbagai jenis bantal karakter, *pouch* maupun souvenir yang dimiliki, jelas menjadi penting bagi "Galeri Aska Tulungagung" untuk melakukan promosi untuk meningkatkan konsumen.

Adapun strategi promosi yang diterapkan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu:

1. Advertising

Periklanan merupakan komunikasi yang bersifat nonpersonal yang dibayar, yang digunakan oleh suatu sponsor yang ditunjuk untuk menyampaikan kepada khalayak mengenai suatu produk. Seperti pada pengrajin bantal karakter dan souvenir "Galeri Aska Tulungagung" yang dipaparkan oleh Ibu Riska:

> *"pernah saya dan suami itu mengikuti on air di liur FM, disana saya menjelaskan tentang produk-produk dari "Galeri Aska Tulungagung", hampir setiap bulan juga produk "Galeri Aska Tulungagung" dimuat disurat kabar, pernah juga mengikuti pameran-pameran yang diadakan UMKM Tulungagung".*[35]

Periklanan yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" salah satunya yaitu membawakan acara di Radio seperti *Liur FM*, tujuannya yaitu untuk mempromosikan

[35] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

barangnya, dan menambah pengetahuan masyarakat terutama masyarakat Tulungagung tentang bantal karakter dan souvenir. Selain itu, produk bantal karakter ini juga dimuat di surat kabar seperti Koran "*Radar Tulungagung*" setiap bulannya. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Riska, beliau mengatakan:

> *"kan kalau dipromosikan lewat radio biasanya yang mendengarkan orang tua, pasti adalah satu atau dua orang yang minat atau penasaran gitu untuk membeli di "Galeri Aska Tulungagung. Sekarang kan juga jamannya setiap acara bayi seperti tedak siten itu mengundang sauadara dan kerabat, biasanya banyak juga yang merekomendasikan di Galeri Aska Tulungagung. Akhirnya kan jadi tambah pelanggan. Menyelam sambil minum air lah mengenalkan produk dapat pelanggan juga kan lumayan mbak".*[36]

Tambahan dari Ibu Riska, beliau mengatakan:

> *"saya juga melakukan endorse untuk menarik pelanggan mbak, kalau di media sosial saya menggunakan instagram mbk, karena menurut saya instagram lebih luas dari pada facebook, padahal kalau diliha-lihat kan facebook lebih banyak peminatnya. Tapi kalau saya lebih tertarik ke instagram saja. Jadi kalau di instagram biasanya lewat akun instagram orang yang sudah terkenal loh mbak, kan dari situ banyak viewersnya, mulai diendorse dan semakin banyak kan yang tahu tentang "Galeri Aska Tulungagung". Saya nggak buat grup whatsapp gitu mbak soalnya kan saya jualnya grosir juga. Tapi saya fastrespon whatsapp kok, jadi yang sekedar tanya info tentang harga ya saya juga siap melayani via chat whatsapp* [37]

---

[36] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[37] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Penjelasan Ibu Riska diperkuat oleh Ibu Dewi sebagai pelangganya, beliau mengatakan;

> *"dulu tuh nggak tau ya mbak kalau di Tulungagung ada pengrajin bantal karakter, souvenir dan pouch ini. Saya taunya malah dari sosmed. Dulu waktu iseng-iseng bukak instagram trus lihat postingan siapa gitu saya lupa, dia menawarkan produk dari Galeri Aska Tulungagung, trus saya follow kan di privasi, setelah diterima saya mulai stalk tuh ig nya, saya lihat kok bagus-bagus barangnya akhirnya ya saya coba beli sampai sekarang malah".*[38]

Pernyataan dari Mbak Anis sebagai reseller "Galeri Aska Tulungagung" beliau mengatakan:

> *"dulu pertamakali tau tentang "Galeri Aska Tulungagung" ya lewat media sosial mbak, kan sudah marak ya penjualan lewat sosial media dari situ mulai mengikuti dan akhirnya tertarik jadi resellernya."*[39]

Periklanan yang diberikan dari "Galeri Aska Tulungagung" sebenarnya sudah ada sejak dulu, mulai dari radio, surat kabar, dan media sosial seperti *instagram*. Galeri Aska Tulungagung juga melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti instagram, selain menawarkan barangnya sendiri di akun pribadinya, Galeri Aska Tulungagung juga menggunakan *endors* dari akun yang jumlah *followers*nya

---

[38] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[39] Wawancara dengan Mbak Anis selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

sudah banyak. Periklanan juga dilakukan di *whatsapp story* agar menambah ketertarikan konsumen untuk membeli bantal karakter.

2. Personal selling

Dalam strategi *Personal selling* akan terjadi interaksi langsung antara penjual dengan pembeli.[40] Strategi ini digunakan oleh "Galeri Aska Tulungagung" untuk menggandeng pihak-pihak lain yang tertarik untuk menjadi *reseller,* sales atau pun perusahaan besar yang mau sekedar dititipi atau bahkan mau membantu menjualnya kembali dari produk "Galeri Aska Tulungagung" tersebut. Tujuannya adalah agar produknya dapat dijangkau oleh seluruh calon pembeli dari berbagai tempat.

Awal berdirinya usaha "Galeri Asa Tulungagung" yaitu dengan menitipkan produk pada Transmart Surabaya, sejak saat itu, produk dari "Galeri Asa Tulungagung" mulai merambah lebih luas. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Riska:

> *"awalnya saya menitipkan produk kami itu di Transmart Surabaya mbak, awalnya tidak diterima karena produk kami yang belum ada dipasaran, lama kelamaan dari pihak Transmart, ya mungkin awal belum tau ya mbk, pihak dari Transmart nggak menginzinkan, setelah saya benahi agar konsumen tertarik akhirnya pihak Transmart mau membantu menjualkan produk*

[40] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*.. Hal 268

kami. Setelah itu kami mencoba lagi menitipkan di berbagi tempat seperti: Transmart Kediri, Malang, Ngagel tapi itu khusus untuk bantal leher mbak. Kalau bantal karakter atau pouch yang ecer bisa ditemukan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Tulungagung, oleh-oleh stasiun, dan di Transmart Kediri. Saya juga sering mengikuti pameran-pameran UMKM Tulungagung, Kediri. Pernah juga mengikuti pameran sampai ke Bali. Tujuannya itu untuk memperkenalkan produk lah tentunya, juga menambah wawasan, menambah teman, link-link juga".[41]

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Bapak Farid selaku pelanggan "Galeri Asa Tulungagung". Beliau mengatakan:

"ya saya pernah tau dari postingan "Galeri Asa Tulungagung" tuh beliau bekerja sama dengan Dinas UMKM Tulungagung, Dinas-dinas atau perusahaan yang ad di Tulungagung. Contohnya ada kok di postingan instagramnya".[42]

Tambahan dari Mbak Anis selaku *reseller*, beliau mengatakan:

"saya menjadi reseller di "Galeri Aska Tulungagung" sudah sejak lima tahun yang lalu ya mbak. Banyak juga produk-produk yang sudah terjual, alhamdulilahnya ya pelanggan selalu repeat order".[43]

Awal pendirian "Galeri Aska Tulungagung" yaitu langsung menitipkan produk di Transmart Surabaya, dengan

---

[41] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[42] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[43] Wawancara dengan Mbak Anis selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

kualitas yang dipunyai oleh produk bantal krakter tersebut, maka para konsumen merasa puas dan akhirnya menyebar ke konsumen-konsumen lain sehingga banyak konsumen yang menyukai produk dari "Galeri Aska Tulungagung".

Tidak hanya menggandeng perusahaan-perusahaan didalam Tulungagung seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, Usaha Mikro kecil Mengengah Kabupaten Tulungagung, tetapi juga mempunyai mitra dari "Galeri Aska Tulungagung" yang berasal dari luar kota seperti Malang, Kediri, Blitar. Banyak dari luar kota yang menjadi *reseller* "Galeri Aska Tulungagung". Pemilik produk "Galeri Aska Tulungagung" juga sering mengikuti acara pameran-pameran yang tujuanya tidak hanya menambah ilmu pengetahuan tetapi juga menambah teman, dan link-link pemasaran. Sehingga produk yang dijual bisa sampai luar provinsi maupun luar pulau.

Produk "Galeri Aska Tulungagung" semakin dikenal dikalangan masyarakat Tulungagung dan sekitarnya, banyak dari konsumen yang merekomendasikan produk "Galeri Aska Tulungagung" kepada konsumen konsumen lain. Ibu Riska menjelaskan:

> *"kita menganggap konsumen atau pelanggan itu sebagai teman, saudara, kita bikinkan produk sebagus mungkin otomatis ketika ada yang tanya dimana pemesanan barang tersebut, maka akan dipromosikan*

sendiri oleh komsumen yang merasa puas pada produk kami. Kemarin membuatkan pesenan souvenir untuk Dokter Eny yang mempunyai Primadona Skin Care, otomatis dari teman Ibu Eny kan dokter semua, mendapat souvenir dari Ibu Eny akhirnya teman-teman Ibu Eny juga ikut memesan di Galeri Aska Tulungagung".[44]

Konstribusi dari masyarakat dan konsumen atau pelanggan sangat besar, banyak dari pelanggan yang merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk dari "Galeri Aska Tulungagung"

Penjelasan tersebut diperkuat oleh mbak Dewi, beliau mengatakan:

"pernah saya memesan produk pada "Galeri Aska Tulungagung" untuk acara pernikahan anak teman saya, waktu sudah jadi dan dibagikan ke teman-temannya, banyak yang tanya berapa harganya, mesannya dari mana, kok bagus sih, gitu. Jadi ya saya kasih tau saja apa adanya. Orang-orang kan suka kalau barang murah tapi kualitas bagus gitu, jadi ya banyak gitu yang tertarik bisa memesan sesuai keinginan juga kan".[45]

Kontribusi dari konsumen atau pelanggan dapat meningkatkan penjualan pada "Galeri Aska Tulungagung". Semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk tersebut

[44] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[45] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

semakin banyak pula pelanggan yang tertarik dengan bantal karakter dan souvenir dari "Galeri Aska Tulungagung".

3. Sales promotion

Promosi penjualan digunakan untuk kegiatan promosi jangka pendek yang dirancang untuk merangsang konsumen agar tetap setai pada produsen. Seperti yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung". Kegiatan promosi dilakukan pada saat *event* tertentu. Seperti yang telah dipaparkan oleh Ibu Riskan, beliau mengatakan:

> *"biasanya saat ada keluaran produk baru, kita memberikan harga khusus bagi konsumen awal, sekitar 50 orang lah kita kasih harga murah, setelah produk tersebut banyak diminati dan melebihi batas ketentuan, ya kita baru mengembalian sesuai harga aslinya. Itu salah satu cara kita mempromosikan produk baru. Biar produk tuh laku terjual cepat gitu. Kadang kita juga memberikan give away kepada konsumen atau pelanggan lewat media instagram, trus ada juga potongan harga produk lama, agar produk tersebut cepat laku terjual dan tidak memenuhi toko, tempatnya bisa diganti produk baru".*[46]

Penjelasan dari Ibu Riska juga didukung oleh Mbak Dewi selaku salah satu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung", berikut hasil wawancara dengan beliau:

> *"saya suka memantau produk dari "Galeri Aska Tulungagung" lewat instagram, disitu selalu ada upload an barang baru, dan juga kadang ada promo-promo*

[46] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

menarik. Ya pernah sih mengikuti give awaynya, kan lumayan, iseng-iseng berhadiah".[47]

Penjelasan dari Bapak Farid, beliau mengatakan:

"istri saya tuh suka kalau ada promo-promo menarik dari "Galeri Aska Tulungagung" biasanya ada pemberitahuan dulu di story whatsapp baru di upload di instagram. Ada promo pouch gitu biasanya yang banyak pouch ya lumayan lah kalau ada promo selalu ada potongan harga kan".[48]

Tambahan dari Mbak Dewi selaku salah satu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung", berikut hasil wawancara dengan beliau:

"Hampir setiap bulan "Galeri Aska Tulungagung memberikan promo terutama pouch kosmetik, ya senanglah pastinya, kadng promo pengambilan grosir hanya minim 50 pcs saja pernah, kadang promo harga lebih murah dari harga asli juga pernah. Hampir setiap bulan lah promosi di posting di story whatsapp maupun instagram".[49]

Mbak Dewi dan Bapak Farid selaku pelanggan menjelaskan bahwa adanya promo-promo yang ditawarkan oleh "Galeri Aska Tulungagung" membuat beliau lebih antusias untuk memantau perkembangan dari "Galeri Aska

[47] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[48] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[49] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

Tulungagung". Selain itu, produk-produk baru juga menjadi incaran para pelanggan.

Tambahan dari Mbak Anis selaku reseller "Galeri Aska Tulungagung" Beliau mengatakan:

> *"kalau buat reseller seperti saya yang ambilnya langsung 200 lusin per transaksi, pastinya ada potongan saat ambil barang ntah itu gratis satu pcs atau dapat diskon nan dari harga awal".*[50]

Promosi yang dilaukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" salah satunya yaitu potongan harga saat mengeluarkan produk baru, tentunya dengan klasifikasi batas tertentu. Tujuannya yaitu agar konsumen mengenali produk baru, dan dengan diadakan potongan harga tersebut, minat konsumen akan lebih tinggi. Bukan hanya potongan harga "Galeri Aska Tulungagung" juga menggunakan strategi *give away* bagi pelanggan yang tetap setia pada "Galeri Aska Tulungagung" dan selalu memantau dari perkembangan "Galeri Aska Tulungagung".

4. Publicity

Publisitas merupakan rangsangan terhadap permintaan akan suatu produk yang berupa barang atau jasa dan suatu

[50] Wawancara dengan Mbak Anis selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

usaha tertentu, dengan menyusun berita yang menarik mengenai produk tersebut. Komunikasi dengan masyarakat luas melalui hubungan masyarakat. Tujuannya yaitu membantu perusahaan dalam mencapai kesuksesannya. Seperti yang telah dijelaskan oleh Ibu Riska:

> *"kalau promosi untuk masyarakat biasanya informasi dari "Galeri Aska Tulungagung" itu dimuat di surat kabar itu loh, Radar Tulungagung. Pernah juga dulu awal bikin produk saya mempromosikan lewat mulut ke mulut istilahnya door to door gitu. Ya yang namanya pertama kali jualan ya harus rekoso dulu lah istilahnya, memasarkan dulu ketetangga terdekat baru ke masyarakat lebih luas".*[51]

Publisitas yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan menggandeng radar Tulungagung untuk memberikan informasi-informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap produk "Galeri Aska Tulungagung" juga menjadi media promosi kepada konsumen lainnya.

Tambahan dari Ibu Riska beliau mengatakan:

> *"biasannya kalau pelanggan puas kan dia ngirim testi kesaya, atau nggak malah dibuat story sendiri. Ada juga waktu menerima produk setelah dicek barangnya kok bagus, jadi nanya deh ke yang beli. Karena yang kami prioritaskan itu kepuasan konsumen ya mbak, kalau konsumen senang puas gitu saya juga ikut senang. Nanti*

[51] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

imbasnya kan ke produk juga kalau konsumen repeat order lagi".[52]

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" beliau mengatakan:

"saya sering lihat story whatsapp dari Ibu Riska itu juga banyak testi dari pelanggan, banyak pelanggan yang puas dan repeat order lagi kan buat saya itu bisa jadi motivasi apa ya mbak, sejenis menambah kepercayaan gitu pada produk "Galeri Aska Tulungagung".[53]

Promosi yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" diantaranya juga melalui konsumen yang sudah percaya dan puas terhadap kualitas produk "Galeri Aska Tulungagung" konsumen secara tidak langsung akan melakukan promosi barang dari "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan melakukan bentuk ungkapan terimakasih dan puas yang dikirim ke sosial media.

[52] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[53] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

2. Kendala dan solusi dalam meningkatkan penjualan produk Galeri Aska Tulungagung

Setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Selalu ada kendalan dalam hal produksi, distribusi maupun dalam hal pemasaran. Tak lain juga dari "Galeri Aska Tulungagung" juga mempunyai kendala produksi.

a. Kendala dalam meningkatkan penjualan produk "Galeri Aska Tulungagung

Memulai usaha atau mengembangkan bisnis usaha yang sudah ada, tentunya selalu dihadapkan dengan ketidakpastian dan resiko. Resiko dalam hal ini merupakan suatu kendala yang disebabkan berbagai macam faktor. Salah satunya adalah aspek pemasaran yakni bagaimana produk kita dapat terjual dengan kuantitas yang tinggi, dikenal masyarakat luas dan akhirnya menghasilkan pola pemasaran yang lancar. Dalam berwirausaha harus memiliki kejelian di dalam melihat peluang pasar yang akan digunakan karena hal tersebut akan mempengaruhi omset penghasilan, dan penghasilan tersebut akan menentukan berlangsung atau tidak usaha yang anda jalankan.

1) Produk

Perkembangan dari kualitas agar produk tetap diminati oleh pelanggan perlu dilakukan wirausaha, tetapi

dalam mengembangkan usaha tentu juka akan mengalami kendala atau resiko, berikut kendala yang dihadapi "Galeri Aska Tulungagung"

Kendala dari produk-produk "Galeri Aska Tulungagung" yaitu seperti yang dipaparkan oleh Pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" Ibu Dewi, beliau mengatakan bahwa:

> "*kemarin saya memesan bantal karakter untuk souvenir sebanyak 100 pcs mbak, dan ada salah satu itu jahitanya belum ditutup mbk, mungkin karena banyak yang dikerjakan ya sampai ada satu yang terlupa. Tapi ya gapapa mbak untung hanya satu pcs saja".*[54]

Tambahan dari Bapak Farid selaku pelanggan, belia mengatakan:

> *"Meskipun orderan banyak tapi kualitas tetap harus ditingkatkan, harus ada pengecekan ulang sebelum didistribusikan kepelanggan atau ke perusahaan-perusahaan besar. Nanti bisa fatal akibatnya kalau adasalah satu produk yang keteledoran".*[55]

Banyaknya barang yang harus diproduksi mengakibatkan kelalaian dalam pengecekan dan pengawasan dari pemilik "Galeri Aska Tulungagung".

---

[54] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

[55] Wawancara dengan Mbak Firda selaku *reseller* "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

Seharusnya barang setelah produksi sebelum dikirim harus dilakukan pengecekan ulang agar tidak terjadi kesalahan.

"Galeri Aska Tulungagung" merupakan pengrajin bantal karakter dan souvenir yang proses penjualannya secara ecer maupun grosir, tetapi lebih terfokus pada grosir. Jika ada yang memesan ecer tetap akan dilayani diwaktu yang senggang. Seperti yang dikatakan oleh Mbak Alma:

> *"disini diutamakan yang grosir ya mbak, jadi kalau mau memesan ecer harus lihat dulu kondisi dari "Galeri Aska Tulungagung" apakah banyak pesanan atau tidak, kalau tidak ya kita bisa buatkan yang ecer, tapi kalau sudah full ya kita dahulukan yang grosir baru ecer. Jadi proses nya lebih lama. Kami sarankan kalau mau beli ecer bisa ke mitra kami ditransmart atau bisa juga lihatt di perusahaan-perusahaan yang sudah saya jelaskan sebelumnya".*[56]

Tambahan dari Ibu Riska, beliau mengatakan:

> *"kami memproduksi pouch juga untuk anak-anak, biasanya produk ini yang laris sejak menjelang puasa sampai lebaran. Anak-anak banyak yang suka kan untuk wadah angpau katanya. Biasanya juga ada yang memesan bantal karakter untuk souvenir saudaranya. Pas puasa gitu stok penuh sebenarnya tapi permintaan dari pelanggan dan banyak yang suka jadi ya banyak yang kehabisan".*[57]

---

[56] Wawancara dengan Mbak Alma selaku karyawan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[57] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Proses pemesanan grosir produk ada minimal pesanan, untuk ecer bisa memesan jauh-jauh hari karena proses produksinya yang lama, karena harus mendahulukan pesanan yang grosir baru mengerjakan ecer. Banyaknya permintaan masyarakat dalam kurun waktu tertentu membuat "Galeri Aska Tulungagung" kewalahan, apalagi menjelang hari raya pasti banyak stok yang habis terjual bahkan kurang

> *"biasanya karyawan baru itu diajari sampai bisa dan pengawasan yang ketat, kadang juga mesin jahit atau bordir macet gitu, bahkan bahan baku naik".*[58]

Selain dari produk ada juga kendala lainnya seperti pelatihan pengawasan yang lebih terhadap karyawan baru membuat produksi sedikit berkurang. Harga dari bahan baku tidak menentu membuat pihak dari "Galeri Aska Tulungagung" ikut mengatur ulang harga yang diberikan kepada konsumen. Terhalangnya sistem produksi karena alat-alat jahit maupun bordir yang rusak atau macet.

[58] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

2) Harga (Price)

Dalam memproduksi suatu barang bukanlah suatu hal yang mudah, karena, belum tentu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal tersebut dikarenakan banyaknya permintaan yang diinginkan oleh konsumen dan permintaan selalu berbeda-beda.

Terkadang tidak sedikit sikap konsumen membeli suatu produk yang ingin disesuaikan dengan permintaannya. Mereka ingin mendapatkan harga yang murah dan mendapatkan hasil yang bagus. Dengan mengabaikan ciri khas dari produk tersebut dan menawar harga yang sudah menjadi patokan produk. Berikut kendala yang dihadapi "Galeri Aska Tulungagung":

Penjelasan dari Ibu Riska, sebagai berikut:

> *"Permintaan pasar selalu ganti-ganti ya mbak, dan kita selalu mengikuti trend jadi ya harus mengeluarkan produk baru, kadang itu ada konsumen yang request harus sesuai, ya kita harus berupaya membuatkan yang terbaik untuknya".*[59]

Tambahnya:

> *Kalau permintaan yang sulit harga nya juga pasti beda dengan yang biasanya, tapi terkadang ada juga konsumen yang mau memesan dibuatkan sesuai pesanan tapi dengan harga yang murah. Ya kita lihat dulu tingkat kesulitannya, kalau memang sulit ya harus kita naikkan harganya dari harga biasanya".*[60]

---

[59] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[60] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Pemaparan dari Ibu Riska diperkuat oleh Mbak Alma selaku karyawan dari "Galeri Aska Tulungagung"beliau mengatakan:

> "*proses bordir tergantung tingkat kesulitannya mbak, kalau gampang maksudnya seperti biasanya itu bisa produksi sampai 100 pcs per hari. Tapi kalau sulit atau terlalu banyak model, sehari hanya bisa produksi sekitar 50 pcs per hari. Jadi harga sangat berpengaruh pada tingkat kesulitan produksinya*".[61]

Budaya mengikuti *trend* di masyarakat menjadi tolok ukur kesulitan dari pekerja "Galeri Aska Tulungagung". Keunikan motif dalam produk sangat diutamakan. Berbagai macam pesanan dari pelanggan harus terselesaikan satu per satu sesuai perjanjian awalnya. Dari "Galeri Aska Tulungagung" harus tepat waktu dan untuk pelanggan harus bisa bersabar. Dari produk yang rumit tersebut harga nya juga beda pastinya.

Bentuk pola produk yang sulit, akan menghambat proses produksi "Galeri Aska Tulungagung" yang biasanya bisa produksi 100 pcs per harinya, jika sulit hanya bisa memproduksi 50 pcs per hari. Sehingga jika terjadi kendala tersebut, "Galeri Aska Tulungagung" mencoba

[61] Wawancara dengan Mbak Alma selaku karyawan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

memberikan pemahaman kepada konsumen bahwa keterlambatan dikarenakan pola yang terlalu sulit yang membuat produksi lebih lama dari biasanya.

3) Saluran Distribusi (Place)

Dalam mencapai sasaran pasar, selain menganalisa kendala internal dan eksternal, terutama produk yang harus ada untuk ditawarkan kepada pelanggan maupun konsumen baru dan harga yang terjangkau. Saluran distribusi, pengantaran dan penitipan barang juga menjadi faktor yang penting dalam mendapatkan hati pelanggan maupun konsumen baru. "Galeri Aska Tulungagung" dalam saluran ditribusi menggunakan sales dan *reseller* dan ada juga langsung dikirm ke pemesan atau konsumen.

Penjelasan dari Mbak Alma selaku admin atau asisten dari "Galeri Aska Tulungagung" beliau mengatakan bahwa:

> *"disini diutamakan yang grosir ya mbak, jadi kalau mau memesan ecer harus lihat dulu kondisi dari "Galeri Aska Tulungagung" apakah banyak pesanan atau tidak, kalau tidak ya kita bisa buatkan yang ecer, tapi kalau sudah full ya kita dahulukan yang grosir baru ecer. Jadi proses nya lebih lama. Kami sarankan kalau mau beli ecer bisa ke mitra kami ditransmart atau bisa juga lihat di perusahaan-perusahaan yang sudah saya jelaskan sebelumnya".*[62]

[62] Wawancara dengan Mbak Alma selaku karyawan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Penjelasan tersebut di perkuat oleh Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung", beliau mengatakan:

> *"ya memang di "Galeri Aska Tulungagung" itu memprioritaskan yang grosir mbak, kadang juga bisa produksi ecer juga. Tapi ada juga pelanggan yang mau beli hanya beberapa pcs saja tapi masih harus nunggu luangnya, kan sayang".*[63]

Tambahan dari Bapak Farid, beliau mengatakan:

> *"kalau menggunakan jasa lain itu agak telat ya mbak, saya nggak sabaran jadi langsung datang ke toko, kalau menggunakan jasa lain saya yang nggak bisa menunggu". Memang sih enak di antar sampai kerumah, tapi nyampe nya kan nggak tau jam berapa nanti dirumah ada orang nggak, jadi saya lebih suka datang langsung ke toko, sekalian lihat-lihat produk yang lainnya".*[64]

4) Promosi

Pemasaran yang dapat menarik minat konsumen tidak terlepas dari promosi yang dilakukan, tetapi terkadang promosi juga tidak sampai menyeluruh mengena ke masyarakat luas padahal promosi sudah dilakukan. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Riska, beliau mengatakan:

---

[63] Wawancara kepada Ibu Dewi selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[64] Wawancara dengan Bapak Farid sekalu pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

> *"kalau kendala promosi itu saya hanya promosi lewat instagram, sebetulnya sih bisa lewat media sosial lainnya, tetapi gimana ya mbak, saya lebih focus pada instagram dari pada lainnya. Mungkin ya rejekinya disitu ya mbak".*[65]

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Bapak Farid selaku konsumen "Galeri Aska Tulungagung" beliau mengatakan :

> *"Galeri Aska Tulungagung" lebih sering promosi di instagram, kan saya jarang buka instagram mbak, saya lebih condong ke facebook. Sarannya ya share juga produk baru di facebook jangan hanya di intstagram".*[66]

Kurangnya media promosi yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" bisa menjadi salah satu kendala dalam sistem pemasaran, banyak dari masyarakat yang menggunakan *facebook* sehari-hari dari pada *instagram*. Jadi ada sebagian dari masyarakat khususnya luar Tulungagung yang belum tahu betul mengenai "Galeri Aska Tulungagung".

b. Solusi dalam menghadapi kendala pemasaran "Galeri Aska Tulungagung" dalam meningkatkan penjualan produk

---

[65] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[66] Wawancara dengan Bapak Farid selaku pelanggan "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

Dalam mengatasi kendala dalam pemasaran pada dasarnya diperlukan suatu teknik strategi pemasaran yang matang. Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan perusahaan, menganalisis kualitas dari produk, standart harga produk, tempat pemasaran produk, dan sistem dari promosi produk. Prinsip dasar pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan (customer value), keunggulan bersaing (competitive advantages), dan fokus pemasaran. Sehingga dalam hal ini, seseorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang terjangkau, dan penyerahan lebih cepat daripada pesaing serta seorang wirausaha harus mempunyai strategi dan teknik di dalam suatu pemasaran dari produk yang ditawarkan.

1) Produk

Setiap perushaan selalu mempunyai kendala disetiap produksi nya, selain kendala pasti perusahaan berusaha berbenah diri untuk menentuan solusi yang tetap yang digunakan untuk menutupi kekurangan dari produksinya. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Riska:

> *"untuk produk kami berusahan memberikan yang terbaik ya mbak, kalau ada yang cacat mungkin kurangnya pengecekan barang sebelum dikirim, kami masih berusaha mengecek satu persatu dari produk tersebut agar tidak ada satu pun yang terlewatkan".*[67]

[67] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Mbak Dewi selaku admin atau asisten dari "Galeri Aska Tulungagung", menurutnya:

> *"kalau sudah melalui proses Jahir dan bordir trus pengemasan. Sebelum dikirim dan dikemas itu biasanya di cek satu persatu mbak, kadang kalau Ibu Riska lagi sibuk atau keluar gitu saya yang bagian mengecek barang".*[68]

Tambahan dari Ibu Riska:

> *"Kita juga melakukan pengawasan yang rutin pada karyawan baru, agar produksinya sesuai target yang bisa memuaskan konsumen atau pelanggan".*[69]

2) Harga

Selain produk harga dalam strategi pemasaran juga merupakan faktor yang penting karena dengan melihat harga konsumen jadi tau apakah kualitas juga sesuai dengan harga yang ditentukan. Dalam hal ini, harga bantal karakter, *pouch* maupun *souvenir* cukup standar artinya tidak murah atau mahal, dan untuk menarik minat konsumen pihak pengusaha menggunakan sistem diskon atau potongan harga dengan pembelian tertentu.

---

[68] Wawancara dengan Mbak Dewi selaku admin "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[69] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

Penjelasan dari Ibu Riska, menurutnya:

> *"setiap produk yang dianggap sulit pengerjaannya pasti lebih mahal dari yang lainnya. Solusinya yaitu dengan memberikan pilihan dulu kepada pelanggan untuk desainnya dan harga nya seperti apa. Karena setiap barang ataupun produk yang berkualitas pasti mempunyai daya jual yang tinggi".*[70]

3) Saluran Distribusi

Saluran distribusi untuk mencapai pasar target perlu ditingkatkan lagi, karena sekarang ini banyak usaha yang menawarkan free ongkir atau sistem *Cash On Delivery* (COD) bayar ditempat pada setiap daerah karena untuk melayani konsumen serta menjaga keberlangsungan hidup produk tersebut.

Penjelasan dari Ibu Riska:

> *"kalau menurut saya, banyaknya mitra saya, reseller maupun barang yang di bawa sales itu sudah menjadi solusi bagi pelanggan yang mau order barang secara ecer. Kami juga sudah melakukan pengiriman barang melalui kantor pos dan grab juga. Bagaimana barang tersebut sampai kepemiliknya saja lah".*[71]

4) Promosi

---

[70] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 10 Juli 2019

[71] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

Kegiatan pemasaran atau promosi yang dilakukan dengan baik dan terus-menerus akan menambah suatu informasi kepada masyarakat luas, pemasaran secara online maupun offline keduanya sama-sama mempunyai peran penting dalam hal pemasaran. Hal ini perlu dilakukan seorang wirausaha agar dapat memperkenalkan produknya pada masyarakat, promosi yang menarik akan membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan untuk pelanggan bisa memesan kembali produk yang disukai. Promosi yang dilakukan sejauh ini sudah dilakukan, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Riska :

> *"kita kan sudah mencoba memasarkan produk lewat facebook ya mbak, tapi hasilnya kurang gitu, ya solusinya ketika ada konsumen yang membeli produk di "Galeri Aska Tulungagung" kami save nomernya, nanti kami juga akan promolosi di stori whatsapp".*[72]

Solusi yang diberikan "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan mempromosikan di *history whatsapp* dengan cara menyimpan nomor konsumennya. Sehingga konsumen juga bisa melihat produk-produk dari "Galeri Aska Tulungagung". Tujuannya untuk mempermudah proses orderan.

[72] Wawancara dengan Ibu Riska selaku pemilik "Galeri Aska Tulungagung" pada tanggal 17 Juli 2019

C. Analisis

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Galeri Aska Tulungagung

Upaya dalam meningkatkan penjualan "Galeri Aska Tulungagung" perlu melakukan suatu strategi pemasaran yang memadai. Dengan pemilihan strategi yang tepat maka salah satu tujuan yang ingin dicapai "Galeri Aska Tulungagung" ini dapat tercapai. Oleh karena itu, "Galeri Aska Tulungagung" memilih strategi bauran pemasaran karena dengan menggunakan strategi bauran pemasaran akan dapat meningkatkan penjualan pada "Galeri Aska Tulungagung" ini.

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" ini adalah sebagai berikut:

a. Produk

Banyaknya konsumen-konsumen tersebut menjadi bukti bahwa "Galeri Aska Tulungagung" sudah cukup dikenal masyarakat luas terbukti sampai luar kota maupun luar pulau dan bahkan menjadi pelanggan "Galeri Aska Tulungagung". Banyaknya konsumen serta pelanggan tetap ini tidak terlepas dari kualitas produk "Galeri Aska Tulungagung" itu sendiri. Ini dibuktikan oleh pernyataan pelanggan bahwasannya ada

pelanggan setia “Galeri Aska Tulungagung” dan sering melakukan pesanan produk

Strategi produk yang diterapkan oleh“Galeri Aska Tulungagung” dengan selalu mejaga kualitas dari produk tersebut. Dengan cara pemilihan bahan baku yang berkualitas, mengadakan pengecekan ulang sebelum dikirim ke konsumen atau pelanggan, pengawasan terhadap pekerja, pemberian arahan-arahan kepada pekerja baru.

Saat proses produksi, para pekerja sudah memiliki tugas masing-masing. Diantaranya yaitu proses pemotongan kain, menjahir kain, membordir, dan yang terakhir yaitu *packing*.

Pada saat pengemasan dilakukan pengecean ulang barang yang dilakukan oleh Ibu Riska. Tetapi ketika beliau sibuk maka para karyawan yang sudah senior atau sudah lama bekerja di “Galeri Aska Tulungagung” ini yang memeriksa hasil produk agar bantal karakter dan souvenir tidak ada yang cacat dan pekerja baru tidak teledor. Walaupun ada pengontrolan atau pengecekan hasil produksi ini tidak menyebabkan pekerja merasa tertekan. Karena sifat loyal dari pemilik “Galeri Aska Tulungagung”.

Tujuan diadakannya pematenan produk “Galeri Aska Tulungagung” yaitu agar produk tidak ditiru oleh orang lain, dan menambah informasi kepada masyarakat atas keberadaan “Galeri

Aska Tulungagung". Dengan pelayanan yang ramah, juga menambah nilai tersendiri bagi "Galeri Aska Tulungagung".

b. Harga

Tujuan suatu usaha tidak terlepas untuk mencari keuntungan dan harga yang sudah ditentukan sesuai dengan kualitas dan mutu produk ini terbukti adanya konsumen tetap dan konsumen baru yang menyukai produk ini maka pengusaha juga mendapatkan omset dari penjualan produk sehingga produksi dapat dilakukan terus-menerus. Hal tersebut dinyatakan oleh pemilik "Galeri Aska Tulungagung".bahwasannya harga yang ada di "Galeri Aska Tulungagung", sudah menyesuaikan dengan harga bahan-bahan dan gaji kayawan, dan pengambilan laba atau keuntungan. Hal itu dibuktikan oleh salah satu "Galeri Aska Tulungagung" bahwa harga dari bantal karakter, pouch maupun souvenir terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk.

Strategi bauran pemasaran kedua yang diterapkan oleh "Galeri Aska Tulungagung" adalah strategi harga. Dalam penetapan harga pengrajin bantal karakter dan souvenir ini menetapkan harga berdasarkan kualitas yang diberikan. Berikut ini daftar harga selama 3 (tiga) tahun terakhir:

Tabel 4.3
Harga produk di "Galeri Aska Tulungagung" (2017-2019)

Bantal karakter	25.000 – 40.000
Dompet atau pouch karakter	4.500 – 7.000
Souvenir	4.500 – 7.000

Sumber: wawancara pada pemilik Galeri Aska Tulungagung

Harga dari "Galeri Aska Tulungagung" untuk bantal karakter kisaran Rp.25.000 – Rp.40.000 per pcs, untuk dompet Rp.4.500 – Rp.7.000 per pcs tetapi tidak dijual ecer, melainkan grosir harus diatas 50 pcs, untuk souvenir juga grosir belum menerima ecer seharga Rp.4.500 – Rp.7.000

Penetapan harga yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" tergantung dengan besar kecil nya pola produksi, dan juga tingkat kesulitan dari proses produsi.

c. Saluran Distribusi

Strategi pemasaran yang tidak kalah penting yaitu saluran distribusi, karena dengan distribusi yang luas kegiatan menawarkan produk kepada masyarakat dapat mencapai sasarannya "Galeri Aska Tulungagung"memberikan kecepatan dan ketepatan dalam menerapkan strategi distribusi pengiriman selain itu dalam penjualan bantal karakter, puoch maupun

souvenir “Galeri Aska Tulungagung” juga melayani reseller maupun kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang ada di Tulungagung maupun kota lainnya, hal bisa memudahkan konsumen dalam menjangkau barang.

“Galeri Aska Tulungagung” menggunakan saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung. Untuk secara langsungnya konsumen atau pelanggan datang langsung ke toko, dan jika tidak ada waktu yang memungkinkan, diantar sendiri oleh pemilik “Galeri Aska Tulungagung”

Untuk saluran distribusi yang tidak langsung yaitu menggunakan jasa paket pengiriman barang yang sudah bekerja sama dengan kantor pos dan Grab Tulungagung. Dan mengadakan kerja sama ke lembaga-lembaga dan swalayan seperti Dinas Perindustrian dan perdagangan Tulungagung, UMKM Tulungagung, Oleh-oleh stasiun tulungagung, Transmart Kediri dan Transmart Surabaya.

“Galeri Aska Tulungagung” juga mengikuti pameran-pameran yang dilakukan oleh UMKM Tulungagung dan sekitarnya, berpartisipasi memeriahkan bazar sekitar, sehingga mendapat peluang usaha yang semakin luas.

d. Promosi

Dalam mencapai target pasar dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik, agar konsumen tidak merasa kesulitan dan untuk menyediakan pilihan kepada konsumen. Kegiatan promosi sangat penting karena kegiatan ini memberikan informasi kepada calon kunsumen bahwa ada suatu produk yang baik dan berkualitas. Tujuan daripada promosi tersebut agar informasi cepat tersampaikan kepada masyarakat luas.

Promosi yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu menggunakan periklanan, penjualan secara pribadi, promosi penjualan, dan publisitas. Dengan adanya strategi promosi akan mempermudah pelanggan untuk mencari informasi "Galeri Aska Tulungagung"

Promosi periklanan yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan cara mengikuti pameran-pamern, *on air* di Liur FM untuk menambah konsumen dari dalam Tulungagung maupun disekitarnya. Selain itu, "Galeri Aska Tulungagung" juga mengiklankan pada media sosil, seperti *instagram, bukalapak,* menurut Ibu Riska, periklanan melalui sosial media lebih praktis dan cepat dibanding dengan media masa atau surat kabar.

Personal selling merupakan komunikasi antara penjual dan pembeli, tetapi di "Galeri Aska Tulungagung" langsung

menggandeng pihak-pihak lain yang tertarik untuk menjadi *reseller* dari produk perusahaan. Tujuannya adalah agar produknya dapat dijangkau oleh seluruh calon pembeli dari berbagai tempat. Kalau konsumen perorangan biasanya langsung datang ketoko.

Sales promotion yang digunakan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu melalui media sosial, seperti *give away*, promo produk baru dan banting harga untuk produ lama. Semua di *share* di media sosial, karena dengan pemanfaatan media sosial tersebut akan menarik banyak pelanggan maupun konsumen baru untuk mendapatkan promosi tersebut.

Publist publisitas ke masyarakat yang dilakukan oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu dengan pemberitahuan informasi-informasi tentang "Galeri Aska Tulungagung" melalui surat kabar yakni radar Tulungagung.

2. Kendala dalam meningkatkan penjualan produk Galeri Aska Tulungagung

Setiap usaha, tidak terlepas dari rintangan, tantangan, hambatan dan kendala yang ada, karena dengan berbagai problematika tersebut pengusaha akan diuji ketangguhannya. Berwirausaha sebenarnya mudah jika mau bertindak, karena setiap hambatan dan kendala selalu ada jalan keluarnya, sehingga dari masalah-masalah tersebut akan

mendapatkan pengalaman dan mampu berhati-hati dalam menjalankan strategi bisnis yang baik. Kendala yang dihadapi oleh pemilik “Galeri Aska Tulungagung” bisa dikatakn begitu besar. Kendala seperti produk, harga, saluran distribusi, promosi serta pesaing. Tetapi kendala tersebut dapat diatasi semua dalam arti ada solusi dari setiap kendala yang dihadapi pemasaran tetap berjalan dengan lancar. Berikut kendala dalam yang dihadapi “Galeri Aska Tulungagung” dalam meningkatkan penjualan:

a. Kendala dalam meningkatkan penjualan produk “Galeri Aska Tulungagung

1) Produk

Setiap perusahaan selalu mempunyai kekurangan maupun kelebihan, sebagai pengrajin bantal karakter dan souvenir, “Galeri Aska Tulungagung” selalu menginginkan untuk memberikan produk yang terbaik. Kendala yang dialami “Galeri Aska Tulungagung” terkait produk yaitu ada salah satu produk yang lupa belum ditutup jahitannya. Ada juga banyak yang mencari stok barang khusus saat itu, jadi barng tersebut menjadi langka, seperti pouch yang ada slempangnya yang laku terjual pada saat mendekati hari raya.

Kendala lainnya yang dialami oleh “Galeri Aska Tulungagung” yaitu banyaknya permintaan dari pelanggan

untuk menghasilkan produk-produk baru sesuai apa yang diinginkan oleh pelanggan. “Galeri Aska Tulungagung” harus mengikuti *trend* di masyarakat, semakin banyak produk baru yang dikeluarkan maka masyarakat akan semakin tertarik untuk membelinya.

Sulitnya pola maupun bentuk dari permintaan pelanggan juga menjadi kendala, karena ketika proses produksi biasanya bisa mencapai 100 pcs per hari, ketika bentuk sulit hanya mampu memprodusi 50 pcs per hari.

2) Harga

Harga sering kali menjadi pertimbangan oleh para konsumen baru maupun pelanggan lama, tetapi harga bntal karakter dan souvenir sudah disesuaikan dengan kualitasnya, sehingga pemilik juga memberikan informasi terkait dengan bahan yang dipakai dan menetapkan harga sesuai dengan pertimbangan biaya bahan baku dan gaji karyawan, sehingga konsumen dapat menerima dengan baik. Dalam hal ini pemilik menyatakan bahwa persoalan harga sudah disesuaikan dengan kualitas produk, tingkat kesulitan pengerjaan produk, dan besar kecilnya ukuran dari produk tersebut, sehingga konsumen juga tidak merasa tertipu dengan penetapan harga bantal karakter dan

souvenir yang sesuai dengan kualitas dan mutunya. Kendala tersebut seperti banyaknya permintaan pasar yang sesuai dengan karakter masing-masing, mengikuti trend pada zaman sekarang ini, tetapi juga menginginkan harga yang cukup murah.

3) Saluran Distribusi

Saluran distribusi dalam kegiatan pemasaran juga mempunyai kontribusi yang besar. Kendala yang dihadapi dalam saluran distribusi terkadang membuat pelanggan kurang puas. Selain itu ketepatan pengiriman barang juga menjadi tolak ukur konsumen dalam memilih produk.

Salah satu kendala yang dialami oleh “Galeri Aska Tulungagung” yaitu “Galeri Aska Tulungagung” memprioritaskan penjualan secara grosir. “Galeri Aska Tulungagung” hanya memproduksi ecer ketika senggang saja, jadi konsumen yang menginginkan produk ecer harus menunggu kapan “Galeri Aska Tulungagung” bisa membuatkan produk tersebut. Dikarenakan banyaknya pesanan grosir yang masuk dan harus terselesaikan pada waktu yang sudah disepakati oleh pelanggan yang sudah jauh-jauh hari memesannya.

Selain itu, proses pengiriman juga menjadi kendala karena setiap kurir berbeda jam kerjanya. Jadi untuk ekspedisi belum memahami sampai jam berapa produk itu ketangan konsumen. Kadang juga pengiriman mengalami *overload* sehingga barang tidak sampai tepat waktu.

4) Promosi

Promosi merupakan kegiatan pengenalan dari suatu produk usaha. Dalam kegiatan promosi tidak bisa terlepas dari yang nanmanya kendala. Salah satu kendala yang dihadapi oleh "Galeri Aska Tulungagung" yaitu sistem promosi *online* yang digunakan oleh "Galeri Aska Tulungagung" masih hanya menggunakan media *instagram* dan *buka lapak*. Di era seperti sekarang ini masih banyak masyarakat yang menggunakan media sosial *facebook dan whatsapp* dari pada *instagram*. Meskipun melalui media *instagram* juga banyak yang mengaksesnya tetapi pengguna facebook lebih marak, lebih luas juga.

b. Solusi dalam menghadapi kendala pemasaran "Galeri Aska Tulungagung" dalam meningkatkan penjualan produk

Dalam suatu permasalahan selalu ada solusi untuk keluar dari permasalahan tersebut dan kemudian dapat dijadikan analisis

atau perbaikan agar tidak terjadi hal diluar tujuan perusahaan. Solusi permasalahan dalam pemasaran "Galeri Aska Tulungagung" dalam meningkatkan penjualan sebagai berikut:

1) Produk

Kendala dalam hal kecacatan produk dapat diatasi dengan cara melakukan pengecekan ulang setiap masing-masing barang sebelum dikirim ke konsumen. Dikemas dengan rapi supaya menambah nilai jual produk tersebut. Meningkatkan pengawasan yang lebih bagi pekerja baru supaya bisa menyesuaikan dengan pekerja lama, dan barang yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan dari konsumen tersebut. Evaluasi setiap hari kepada karyawan untuk meningkatkan mutu dan kualitas produk "Galeri Aska Tulungagung"

2) Harga

Pemberian nilah harga yaitu dengan mematok harga produksi dari ketersediaan bahan baku, prosek pembuatan produk dan tingkat kesulitan produk. Solusi yang diberikan tujuannya adalah agar pelanggan dan pihak dari "Galeri Aska Tulungagung" sama-sama merasa saling diuntungkan, tidak ada satu pihak yang merasa dirugikan.

Tujuan jangka panjangnya agar konsumen bisa menjadi pelanggan “Galeri Aska Tulungagung”.

3) Saluran Distribusi

“Galeri Aska Tulungagung” menyarankan untuk pelanggan yang menginginkan produk dengan pembelian ecer, bisa membeli di mitra nya seperti Transmart Kediri, Surabaya, Malang, Ngagel. Mungkin juga untuk daerah Tulugagung bisa ditemukan di pusat oleh-oleh Tulungagung, PLUT, Dinas perindustrian dan perdagangan Tulungagung, UMKM Tulungagung, dan perusahaan-perusahaan lainnya.

4) Promosi

Solusi untuk kendala promosi yaitu dengan mempromosikan produk di *history whatsapp* dengan cara menyimpan nomor konsumennya. Sehingga konsumen juga bisa melihat produk-produk dari “Galeri Aska Tulungagung”. Tujuannya untuk mempermudah proses orderan, dan mengetahui barang-barang yang sudah selesai produksi. “Galeri Aska Tulungagung” juga sudah membuat ruko lebih besar dari pada yang sekarang, sehingga barang-barang yang ready dapat tersusun rapi dan proses pekerjaan

karyawan tidak terganggu. Dan pelanggan yang mau datang ke toko bisa memilih-milih melihat-lihat tanpa mengganggu aktifitas dari karyawan “Galeri Aska Tulunggagung”.