BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Mayza Griya Busana Boyolangu Tulungagung

1. Sejarah Mayza Griya Busana Boyolangu Tulungagung

Mayza griya busana Boyolangu Tulungagung berdiri sejak tahun 2013. Kata "Mayza" adalah singkatan dari "Amay" dan "Eza", biar para calon pelanggan lebih mudah mengingat kalau di Mayza jualan pakaian, maka ditambah dengan griya busana, jika digabung menjadi "Mayza Griya Busana". Meskipun toko ini belum berbadan hukum, setidaknya toko ini didirikan dari tanah milik sendiri bukan kontrak. Pendiri sekaligus pemilik toko ini adalah ibu "Yayuk Nur Asfiyah". Awal mula beliau berbisnis adalah jualan pakaian anak-anak dan dewasa dari Tanah Abang. Karena Bu Yayuk ingin berjualan yang berbeda dengan yang ada dipasar, maka beliau memilih untuk mencoba berjualan pakaian yang bermerek khususnya busana muslim pada tahun 2014. Awalnya sebelum mengenal sosial media seperti sekarang ini, beliau mempromosikan jualannya dengan cara mencetak brosur. Tanpa rasa malu, beliau menyebar brosur kepada orang-orang yang sedang menunggu anak-anaknya bermain di tempat wisata (kolam renang, alon-alon, dan lain sebagainya). Dari penyebaran brosur tersebut, ada beberapa calon konsumen yang mulai tertarik dengan produknya. Selain menyebar brosur, biasanya ada pelanggan

yang langsung datang ke toko, dari hal ini biasanya terjadi promosi dari mulut ke mulut.[1]

Awalnya Bu Yayuk menjadi salah satu reseller merek Nibras, kemudian beliau memberanikan diri untuk naik level menjadi agen. Melihat respon pelanggan cukup baik, maka beliau memberanikan diri untuk daftar menjadi distributor Actual Basic, Elif, Folia, Shafa Marwa, Endomoda, dan Aulia Fashion sampai sekarang. Produk yang ditawarkan oleh beberapa merek ini yaitu gamis dewasa, gamis anak, kaos anak, koko dewasa, koko anak, dan atasan. Selain itu, barang bermerek selalu memanjakan konsumennya dengan bahan yang nyaman dipakai, jahitan rapi, serta kualitas yang tak tertandingi.

Banyaknya merek yang ditawarkan dan semakin bertambahnya pelanggan, Bu Yayuk mulai kewalahan untuk mengurusi penjualannya sendiri. Oleh karena itu, Bu Yayuk mencari admin untuk membantu mengembangkan bisnisnya. Sejauh ini, ada dua admin yaitu Ariyani selaku admin marketing dan Rosyi selaku admin penjualan. Untuk admin marketing memiliki *jobdesk* utama yaitu mempromosikan atau memasarkan produk-produk yang ditawarkan oleh Mayza griya busana diberbagai sosial media. Sedangkan admin penjualan memiliki *jobdesk* utama yaitu mengurusi penjualan semua pelanggan Mayza griya busana. Untuk gaji karyawan (admin) per hari sebesar Rp.

[1] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

25.000- Rp. 30.000 (tergantung lama masa kerja) dan belum termasuk bonus ketika penjualan mengalami peningkatan.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi Mayza griya busana berada di kecamatan Boyolagu, tepatnya di Rt/Rw: 003/002, Dusun Maron, Desa Boyolangu, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, lebih tepatnya utara SMPN 1 Boyolangu atau selatan Blessing barbershop. Agar lebih mudah mencarinya, bisa langsung ketik "Mayza Griya Busana" di aplikasi *google maps*. Mayza griya busana buka dari hari Senin-Sabtu, pukul 08.00 s/d 17.00 WIB.[2]

3. Produk Mayza Griya Busana Boyolangu Tulungagung

Berikut adalah produk-produk yang ditawarkan di Mayza griya busana Boyolangu Tulungagung, sebagai berikut :

Gambar 1.1

Daftar Harga Produk Mayza griya busana

No.	Jenis Barang	Harga
1	Gamis set syar'i dewasa	Rp. 475.000 – Rp. 669.000
2	Gamis dewasa	Rp. 175.000 – Rp. 265.000
3	Gamis anak	Rp. 165.000 – Rp. 209.000
4	Koko dewasa	Rp. 145.000 – Rp. 170.000
5	Koko anak	Rp. 135.000 – Rp. 198.000

Sumber : Dokumen Mayza Griya busana Tahun 2019

[2] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

4. Sasaran Mayza Griya Busana

Sasaran konsumen Mayza griya busana yaitu :

a. Masyarakat muslim/muslimah di Tulungagung maupun Luar Tulungagung
b. Anak-anak, remaja, dan dewasa, baik laki-laki atau perempuan
c. Perempuan yang belum/sudah berhijab.

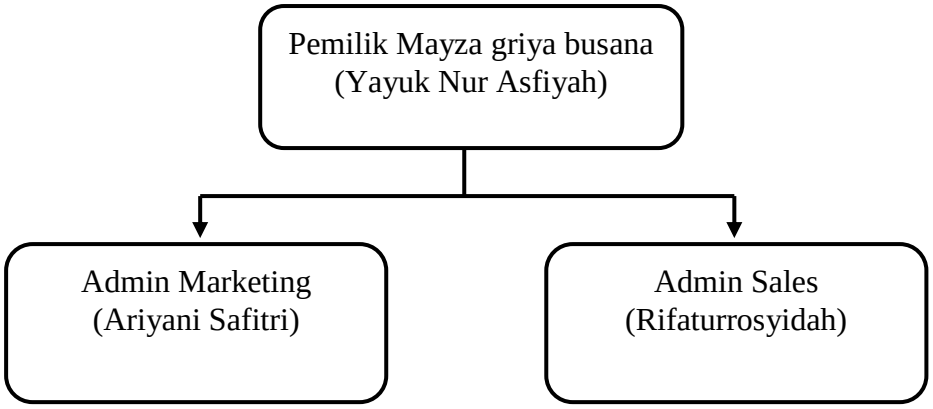
5. Tujuan Usaha

a. Membantu perekonomian keluarga
b. Membuktikan kepada orang yang pernah usil dengan prestasi yang dicapai
c. Mendapatkan keuntungan yang halal dan barokah
d. Menyediakan kebutuhan busana muslim yang beda dari pasaran
e. Mengembangkan bisnis dengan meluaskan jaringan kemitraan ke berbagai wilayah di Indonesia.

6. Struktur Organisasi Mayza Griya Busana

Gambar 1.2

Struktur Organisasi Mayza Griya Busana



Sumber : Mayza griya busana

B. Paparan Data

Paparan data adalah gambaran dari pengumpulan data lapangan yang akan membahas tentang strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim perspektif Islam. Strategi pengembangan bauran pemasaran di Mayza griya busana dalam melakukan kegiatan produksi selalu mengedepankan kualitas produk dan kepuasan konsumen dengan strategi pengembangan bauran pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan penjualan.

1. Paparan Tentang Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Usaha Mayza Griya Busana dalam Mengatasi Persaingan Busana Muslim Di Kabupaten Tulungagung

Strategi pengembangan bauran pemasaran merupakan gabungan dari unsur-unsur yang digunakan untuk membuat rencana yang

disesuaikan dengan target pasar. Berikut adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh Mayza griya busana yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

a. Produk

Suatu barang dan jasa yang ditawarkan kepada pasar yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan biasa disebut dengan produk. Dalam mengatasi persaingan usaha yang ada, Mayza griya busana mulai untuk memberikan berbagai inovasi pada produk baru maupun produk yang sudah ada. Dalam suatu perusahaan, inovasi sangatlah diperlukan dan penting. Era modern seperti sekarang ini, jika pemilik tidak melakukan inovasi pada produk, proses, dan layanan kepada pelanggan, maka mereka akan cenderung cepat bosan dengan produk yang ditawarkan. Seperti yang dituturkan oleh Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana Boyolangu Tulungagung, beliau mengatakan :

> "Dalam inovasi produk usaha Mayza griya busana dengan mengembangkan tampilan produk baru dan memberikan variasi melalui usaha mengubah dan mengembangkan tampilan yang sudah ada maupun membuat produk dengan kualitas yang lebih baik. Saya biasanya mencari referensi inovasi produk, pemasaran, dan pelayanan di sosial media seperti instagram, facebook, serta youtube. Hal ini saya dan tim lakukan agar toko kami tetap mendapatkan *trust* dari pelanggan dan tetap belanja di toko kami".[3]

Strategi pengembangan bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Mayza griya busana dalam mengatasi persaingan yaitu

[3] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

dengan melakukan inovasi produk, pemasaran, dan pelayanan dengan tujuan agar Mayza griya busana tetap mendapatkan *trust* dari pelanggan dan agar pelanggan tetap belanja di Mayza griya busana.

Agar dalam inovasi berjalan dengan baik, maka harus ditunjang dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang bagus pula. Dalam kualitas produk, perusahaan harus memilih bahan yang bagus dan nyaman pada saat digunakan. Kemudian dalam kualitas pelayanan, perusahaan harus memberikan pemahaman kepada karyawannya terkait dengan pelayanan yang baik dan dapat memberikan kesan baik kepada para pelanggan. Bu Yayuk menuturkan terkait kualitas produk yang ditawarkan, beliau mengatakan :

> "Saya menawarkan produk dengan kualitas yang bagus. Hal ini saya lakukan agar produk yang saya tawarkan tidak mengecewakan para pelanggan, oleh karena itu saya memilih bahan yang bagus dengan kualitas jahitan yang rapi, agar lebih nyaman bagi pemakainya. Bahkan barang yang saya tawarkan sangatlah berbeda dari segi kualitas serta model-model yang ada dipasaran. Karena tujuan saya menjual produk-produk bermerek adalah agar berbeda dengan produk pasar".[4]

Berikut wawancara dengan salah satu pelanggan Mayza griya busana :

> "Saya sudah berlangganan lama di Mayza griya busana, mungkin sejak awal-awal berdirinya Mayza sekitar 6-7 tahun yang lalu. Untuk kualitas produknya memang terbukti bagus. Karena

[4] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

setiap saya membeli produknya selalu nyaman dipakai dan nagih untuk membeli produknya lagi".[5]

Selain dari kualitas produk, perusahaan juga harus memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, kejujuran juga sangat penting dalam dunia bisnis. Seperti yang dipaparkan Bu Yayuk yaitu :

"Saya dan tim dalam melakukan strategi pengembangan produk berusaha sebaik mungkin dengan berkata jujur kepada pelanggan ketika ada kecacatan pada produk yang akan dibeli. Hal ini kami lakukan agar pelanggan tidak kecewa dengan produk yang kami tawarkan".[6]

Selain itu, Saudara Rosyi juga menambahkan bahwa :

"Dari segi pelayanan pelanggan *online* maupun *offline*, kami berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik, misalnya bertanya kepada pelanggan : cari apa, mau warna apa, model yang bagaimana, ukuran apa, serta memberikan solusi ketika pembeli kebingungan dalam memilih produk, dan lain sebagainya. Disamping itu semua, kami juga harus ramah dalam memberikan pelayanan dan memberikan informasi produk secara detail agar si pelanggan semakin yakin untuk membeli produk tersebut".[7]

Adapun penuturan dari salah satu pelanggan Mayza griya busana sebagai berikut :

"Saya selalu merasa puas belanja di Mayza griya busana, mulai dari kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Dari pelayanan yang diberikan cukup baik dan adminnya solutif. Saat saya bingung memilih, adminnya membantu memilihkan warna yang cocok untuk saya".[8]

---

[5] Hasil wawancara dengan salah satu pelanggan Mayza griya busana, Tanggal 10 Desember 2020

[6] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[7] Hasil wawancara dengan Rosyi (Admin Sales Mayza griya busana), pada 13 September 2020

[8] Hasil wawancara dengan salah satu pelanggan Mayza griya busana, Tanggal 10 Desember 2020

Dari penuturan Bu Yayuk, admin penjualan, dan salah satu pelanggan bahwa Mayza griya busana dalam tahapan kualitas produk dan kualitas pelayanan senantiasa memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Kedua tahapan ini jika dilakukan dengan baik, maka pelanggan akan merasa puas, senang, dan tidak segan untuk membeli produk-produk yang ditawarkan oleh Mayza griya busana.

b. Harga

Harga merupakan unsur yang sering kali dijadikan bahan pertimbangan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli dan tidak boleh dikesampingkan oleh suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat menentukan harga untuk menarik minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Harga yang ditetapkan harus setara dengan kualitas yang ditawarkan, agar pelanggan puas dan senang. Selain itu, harga juga berpengaruh pada suatu persaingan. Berikut adalah penuturan Bu Yayuk mengenai harga dan persaingan yang sering terjadi di Mayza griya busana, Bu Yayuk mengatakan :

"Karena saya menjual barang-barang bermerek, otomatis harga yang ditetapkan oleh produsen adalah sama. Ada beberapa pihak yang curang dengan memberikan harga yang lebih murah (potongan harga sampai 30% ke pembeli ecer) dari harga yang sudah ditetapkan yang bertujuan untuk mencapai target penjualan saja. Namun, kami tetap yakin dengan harga yang sudah ditetapkan akan setara dengan kualitas yang diberikan. Sebenarnya, untuk mengatasi persaingan harga, kami memberikan sedikit potongan harga kepada pelanggan, hal ini kami lakukan hanya semata-mata untuk menarik minat pelanggan untuk membeli produk kami. Dalam penentuan potongan harga pun kami

tidak berani memberikan banyak, maksimal 10% - 15% untuk pelanggan, 20%-30% untuk reseller dan agen.[9]

Berikut penuturan salah satu pelanggan Mayza griya busana sebagai berikut :

" Untuk harga yang diberikan sepadan dengan kualitasnya. Kadang saya kaget dengan harga yang relatif murah dengan kualitas yang bagus. Ini yang membuat saya tergiur untuk membeli produknya".[10]

Harga merupakan unsur yang sangat penting dalam suatu bisnis. Pengembangan ini dilakukan agar usaha yang dijalankan tetap dapat berjalan dengan baik dan tetap memenuhi kebutuhan pelanggan. Seorang pengusaha dalam menghadapi persaingan haruslah menyusun strategi, salah satunya adalah dengan melakukan penentuan harga produk untuk konsumen.

c. Tempat

Tempat merupakan lokasi yang digunakan untuk berbagai kegiatan oleh pelaku usaha guna membuat dan menjual produknya kepada konsumen atau pembeli. Dalam proses pemilihan tempat, seorang pengusaha memerlukan pertimbangan yang tepat untuk menunjang keberlangsungan usahanya. Hal ini seperti yang dituturkan oleh Bu Yayuk sebagai berikut :

"Dalam strategi tempat ini, kita memilih tempat yang lebih strategis ya, dan mudah dijangkau oleh konsumen. Awalnya saya membuka lapak di teras depan rumah saya sendiri, kemudian seiring

[9] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[10] Hasil wawancara dengan salah satu pelanggan Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

berkembangnya usaha, saya mulai mengalihfungsikan ruang bebas dan ruang tamu saya untuk dijadikan toko".[11]

Dari pemaparan Bu Yayuk di atas dapat diketahui bahwa, menentukan tempat untuk melakukan usaha haruslah tempat yang strategis serta harus melihat bagaimana potensi pasar di kawasan tersebut.

"Kalau dilihat memang toko kami cukup jauh dari pusat kota, memerlukan waktu tempuh sekitar 10-20 menit. Meskipun demikian, para pelanggan tidak segan-segan untuk berkunjung ke toko kami, biasanya ada pembeli dari daerah Sendang, Blitar, serta Kediri. Selain itu, karena toko kami dekat dengan SMPN 1 Boyolangu, biasanya ibu-ibu yang menjemput anaknya pulang sekolah, menjadi tertarik dengan produk yang kami pajang dan akhirnya mereka menjadi pelanggan kami. Untuk alamat toko kami juga sudah tersedia di *google maps*, jadi memudahkan calon pembeli yang dari luar kecamatan Boyolangu atau bahkan dari luar kota untuk menemukan toko kami".[12]

Dari penjelasan Bu Yayuk di atas dapat diketahui bahwa lokasi tempat yang dipilih memang jauh dari kota, namun tetap banyak pelanggan yang berkunjung ke tokonya. Dengan tempat yang cukup strategis (dekat SMPN 1 Boyolangu) lebih banyak orang yang dapat mengetahui lokasi usaha Mayza griya busana.

d. Promosi

Dalam suatu bisnis atau usaha, promosi merupakan strategi terpenting untuk mengenalkan produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. Tentunya, strategi promosi ini haruslah dikemas dengan konten yang kreatif dan inovatif, agar calon konsumen semakin tertarik dan berminat untuk membeli produk yang sedang ditawarkan.

---

[11] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[12] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

Strategi promosi ini dapat dilakukan melalui sosial media (*facebook, instagram, whatsapp*), *marketplace*, koran, majalah, dan lain-lain. Seperti penuturan Bu Yayuk mengenai cara promosi produk yang ditawarkannya, sebagai berikut :

> "Untuk promosi, saya menggunakan *instagram, facebook, whatsapp, marketplace* (*shopee*), dan *Tiktok*. Saya menggunakan kelima media promosi tersebut, dengan alasan hampir seluruh masyarakat memiliki kelima akun sosial media tersebut. Hal ini memudahkan kami untuk menawarkan produk kepada para calon konsumen".[13]

Dari penuturan Bu Yayuk di atas bahwa, promosi yang diterapkan Mayza griya busana untuk mengatasi persaingan yaitu dengan memanfaatkan sosial media yang sudah ada. Seiring berkembangnya jaman, seorang pengusaha haruslah memikirkan strategi promosi yang cepat dan tepat agar produk yang ditawarkan laku dan dapat diterima oleh pasar.

> "Strategi promosi yang kami lakukan mendapatkan respon positif dari pelanggan baru maupun pelanggan lama. Karena sekarang jamannya serba online, dan ada beberapa oknum yang menjual barang yang tidak sesuai dengan fotonya, kami memiliki cara untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan memberikan *review* produk kepada calon pembeli. Cara ini cukup efektif untuk kami agar mereka percaya dengan produk yang kami tawarkan".[14]

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa, strategi promosi yang menggunakan sosial media akan lebih mudah dan cepat untuk menarik minat para calon pembeli. Di sisi lain, untuk strategi promosi produk tidak hanya dengan langsung memberikan detail atau

---

[13] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[14] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

informasi terkait produknya saja, namun harus dengan cara lain. Seperti yang dituturkan Bu Yayuk berikut :

"Menurut saya, ketika kita melakukan promosi produk dengan selalu memberikan informasi atau detail produknya secara terus menerus, calon konsumen akan cenderung cepat bosan. Misalnya : barang ini *ready* ya siap dikirim, *open order* ya untuk produk ini, dan lain-lain. Agar calon konsumen tidak cepat bosan dengan konten yang kami berikan, kami menggunakan teknik *copywriting* untuk menawarkan produk kami. Teknik ini adalah salah satu cara untuk menawarkan barang secara tersirat. Sehingga secara tidak sadar, calon konsumen sudah membaca iklan yang kami berikan dengan sajian yang rapi".[15]

Menurut paparan di atas dapat dipahami bahwa, dalam promosi tidak hanya selalu memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan, namun promosi juga dapat dilakukan dengan cara tersirat, misalnya dengan teknik *copywriting*. Hal ini dirasa cukup inovatif untuk meningkatkan penjualan produk.

"Selain menggunakan teknik *copywriting*, kami juga biasa menggunakan jasa promotor misalnya kacamata Tulungagung, *selebgram* yang sedang viral, serta iklan berbayar di *facebook* dan *instagram*".[16]

Menurut penuturan Bu Yayuk di atas, Mayza griya busana dalam melakukan promosi juga memanfaatkan jasa promotor. Cara ini diterapkan untuk menambah jaringan dan calon konsumen guna memudahkan mereka dalam mengetahui produk yang ditawarkan. Salah satu kunci yang terpenting dalam menerapkan strategi promosi

[15] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[16] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

adalah harus rajin dan rutin dalam memberikan informasi terkait produknya.

2. Paparan Tentang Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Usaha Mayza Griya Busana dalam Mengatasi Persaingan Busana Muslim Di Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pengembangan bauran pemasaran merupakan gabungan dari beberapa unsur yang digunakan untuk membuat rencana yang sesuai dengan target market yang diinginkan. Sebagai umat muslim, alangkah baiknya jika penerapan strategi pengembangan bauran pemasaran memasukkan prinsip ekonomi Islam, agar semua yang dikerjakan mendapatkan ridha serta keberkahan dari Allah SWT. Seperti halnya Mayza griya busana yang menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam menjalankan usaha atau bisnisnya. Terdapat empat strategi yang diterapkan dengan prinsip ekonomi Islam yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Berikut penjelasannya :

a. Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Strategi pengembangan bauran pemasaran yang diterapkan oleh Mayza griya busana dalam mengatasi persaingan yaitu dengan melakukan berbagai inovasi produk, sehingga produk terlihat lebih menarik. Selain itu, Mayza griya busana juga menerapkan sikap

jujur dalam proses pengembangan produk. Hal ini bertujuan guna menjaga kepercayaan para konsumen terhadap Mayza griya busana.

"Dalam melakukan inovasi produk, kami juga harus memikirkan prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam ya mbak, kami selalu menerapkan sikap jujur kepada para pelanggan. Contohnya, ketika ada barang yang akan dibeli oleh pelanggan, kemudian ada kecacatan pada produknya, kami akan mengganti atau kami berikan potongan harga. Ini semua kami lakukan hanya semata-mata mendapatkan keberkahan dalam usaha. Karena jika kita tidak menginformasikan kecacatan produk tersebut kepada konsumen, bisa saja kami mendapatkan untung yang banyak, namun semua itu tidak membawa keberkahan untuk kelangsungan usaha kami, mbak. Selain untuk mencari keberkahan, strategi ini kami terapkan agar kepercayaan konsumen terhadap toko kami tetap terjaga dengan baik".[17]

Selain dari segi kualitas produk yang bagus, Mayza griya busana juga mengedepankan kualitas pelayanan untuk konsumen. Dalam kualitas pelayanan, jika karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat dikatakan kualitas pelayanannya bagus.

"Kami selalu menjunjung tinggi kualitas pelayanan kepada konsumen ya mbak. Untuk konsumen *offline* kami memberikan pelayanan yang ramah, misalnya ketika ada konsumen masuk ke toko, admin *sales* (mbak rosyi) ini selalu memberikan sambutan yang hangat serta sopan kepada mereka. Selain itu, kami berusaha untuk membantu mereka saat kebingungan memilih produk yang sesuai. Mulai dari memberikan saran kepada konsumen, menginformasikan bahan yang digunakan, serta menyarankan ukuran yang sesuai dengan konsumen tersebut. Selain itu, kami juga biasa menanyakan alamat konsumen dan lain sebagainya. Hal ini kami lakukan agar konsumen lebih nyaman dan senang untuk berbelanja di toko kami, mbak. Kemudian untuk konsumen *online*,

[17] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

kami selalu menyapa dengan ucapan salam dan bertutur kata yang sopan dan ramah kepada mereka".[18]

Dari penjelasan Bu Yayuk di atas bahwa, dalam pengembangan produk tidak hanya mengenai inovasi produk saja. Namun juga harus memikirkan kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen. Oleh karena itu, dalam prinsip ekonomi Islam, seorang penjual dan pembeli haruslah sama-sama suka, sama-sama ridha, dan sama-sama ikhlas, hal ini dibuktikan dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan. Apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah baik, maka pelanggan akan nyaman, puas, dan akan membeli kembali di Mayza griya busana.

b. Harga

Harga merupakan unsur yang dijadikan pertimbangan calon konsumen untuk membeli suatu produk. Sedangkan harga untuk sebuah perusahaan digunakan sebagai alat untuk menarik minat konsumen baru serta secara tidak langsung untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan sebuah produk. Dalam Islam, harga ditentukan oleh penawaran dan permintaan yang ada di pasar.

"Untuk masalah harga, produk kami sudah ada harga pokok dari pabriknya atau bisa disebut dengan harga katalog. Jadi untuk penentuan harga kami hanya mengurangi biaya operasional untuk pengiriman ke toko kami".[19]

---

[18] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[19] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

Menurut penuturan Bu Yayuk, Mayza griya busana dalam penentuan harga jual kepada pembeli hanya mempertimbangkan biaya operasional untuk pengiriman ke tokonya. Karena produk yang ditawarkan sudah ada harga pokok atau harga katalog dari produsennya. Sehingga mereka lebih mudah dalam menjual kepada calon konsumen. Ada strategi yang dilakukan Mayza griya busana saat memberikan harga jual ke konsumen. Berikut penjelasan dari Bu Yayuk :

> "Kami memiliki strategi dalam memberikan harga jual kepada calon pelanggan dan pelanggan lama, agar mereka tetap belanja di toko kami. Seperti yang sudah saya jelaskan di atas tadi, dari segi harga sudah ada harga katalog dari produsen. Jadi biar lebih menarik, kami memberikan potongan harga kepada calon pelanggan dan pelanggan lama kami. Dengan memberikan potongan harga dengan sistem diskon 10% - 15% (untuk calon pelanggan dan pelanggan lama), dan 20% - 30% (untuk para mitra baik reseller ataupun agen). Hal ini cukup dapat menarik minat para calon pelanggan untuk belanja di toko kami".[20]

Pada prinsip Islam, transaksi dalam suatu bisnis haruslah dijalankan secara adil. Mayza griya busana sendiri dalam memberikan harga jual kepada pembeli juga berpedoman pada prinsip ekonomi Islam yaitu prinsip keadilan. Harga yang adil tidak akan menyebabkan eksploitasi dan penindasan terhadap pembeli.

> "Kami menerapkan prinsip keadilan mbak dalam menentukan harga jual kepada konsumen. Jadi semisal ada pelanggan baru membeli produk yang ditawarkan, akan kami berikan diskon sebesar 10% (diskon ini akan naik secara bertahap, jika mereka tetap berlanggaan di toko kami. Sedangkan untuk pelanggan lama, kami akan memberikan diskon sebesar 15%. Bisa jadi ketika ada

[20] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

promo, kami akan memberikan diskon yang sama kepada pelanggan baru maupun pelanggan lama".[21]

Dari penjelasan Bu Yayuk di atas bahwa Mayza griya busana menjunjung tinggi nilai keadilan dalam menentukan harga jual. Semua ini dilakukan agar tidak terjadi kesenjangan antara pelanggan baru dan pelanggan lama.

c. Tempat

Tempat merupakan lokasi yang digunakan untuk kegiatan pelaku usaha guna membuat dan menjual produk kepada konsumen. Tempat yang dianjurkan oleh Islam yaitu tempat yang tidak digunakan untuk maksiat atau digunakan untuk hal-hal buruk.

"Alhamdulillah mbak, karena toko ini jadi satu dengan rumah insyaAllah tidak pernah dipergunakan untuk hal-hal yang buruk ataupun perbuatan maksiat. Kami sangat menghindari hal tersebut ya mbak, karena kami hanya semata-mata mencari ridho dan berkah dari Allah SWT".[22]

Menurut penuturan Bu Yayuk di atas, tempat yang digunakan untuk berbisnis haruslah bersih dari hal-hal maksiat maupun tidak baik. Hal ini dilakukan agar Mayza griya busana tetap berjalan dengan baik dan tetap mendapatkan ridha serta keberkahan dari Allah SWT.

d. Promosi

Dalam sebuah usaha atau bisnis, promosi merupakan unsur terpenting untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen.

[21] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[22] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

Promosi ini dapat dilakukan dengan cara mengkomunikasikan atau memberikan informasi terkait kelebihan produk yang ditawarkan. Promosi dapat melalui media sosial, majalah, koran, dan lain sebagainya. Islam sendiri melarang untuk pedagang mengobral sumpah, berdusta, dan perbuatan tidak baik lainnya.

> "Dalam promosi di media sosial, kami tidak pernah memberikan informasi yang tidak sesuai dengan produk yang kami tawarkan. InsyaAllah kami selalu melakukan promosi yang sesuai dengan prinsip Islam yaitu kejujuran. Jujur adalah kunci utama dalam segala hal, salah satunya dalam kegiatan promosi".[23]

Dari penjelasan Bu Yayuk bahwa Mayza griya busana selalu menerapkan sikap jujur dalam melakukan strategi promosi. Promosi dilakukan untuk menarik minat para calon pembeli. Namun, ketika calon pembeli sudah tertarik kemudian penjual berdusta tentang informasi produk, maka hal ini akan membuat calon pembeli menjadi kecewa dan tidak akan kembali membeli produk yang ditawarkan.

Seorang pengusaha agar dapat menghadapi persaingan bisnis yang ada haruslah melakukan pengembangan produk, yaitu dengan melakukan strategi produk, harga, tempat, serta promosi. Hal ini dilakukan untuk keberlangsungan suatu usaha atau bisnis dan menarik minat para calon pelanggan. Sebagai umat Islam yang taat dengan agama, sebagaimana baiknya harus berpedoman pada prinsip Islam dalam melakukan segala macam kegiatan, salah

[23] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

satunya adalah berniaga atau melakukan kegiatan ekonomi. Mayza griya busana dalam melakukan pengembangan produk juga berpedoman pada prinsip ekonomi Islam, misalnya produk harus halal, jujur, tidak mengobral sumpah atau janji, akad jelas, dan suka sama suka (pembeli suka, penjual pun suka). Sehingga dengan melakukan hal ini, tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan satu sama lain.

3. Paparan Tentang Kendala dan Solusi Mayza Griya Busana Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Busana Muslim Di Kabupaten Tulungagung

a. Kendala strategi pengembangan bauran pemasaran produk dalam menghadapi persaingan usaha busana muslim di Mayza Griya Busana Boyolangu Tulungagung

1) Produk

Dalam sebuah bisnis atau usaha, produk menjadi bagian paling penting. Produk yang bisa dipasarkan dengan tepat akan dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Dalam proses memasarkan produk, biasanya terjadi beberapa kendala yang dialami, seperti yang dituturkan oleh Bu Yayuk sebagai berikut :

"Karena kami menjual produk langsung dari produsen, tidak produksi sendiri, kendala yang biasanya terjadi adalah terdapat kecacatan produk (kualitas produk yang kurang baik). Ya memang mungkin dari produsen sudah ada tim *quality control*, tetapi bisa saja mereka kurang teliti sehingga masih ada produk cacat (noda, lubang kecil, dan tidak sesuai dengan size pack yang ada) ikut terjual. Namun tidak semua barang yang datang

kualitasnya tidak bagus, hanya perbandingan 1:100 dari barang yang datang".[24]

Dari penjelasan diatas bahwa, kendala yang dihadapi yaitu berkaitan dengan kualitas produk. Memang tidak bisa dipungkiri, kualitas produk sangatlah berperan penting dalam suatu usaha.

Kendala yang dihadapi berikutnya yaitu terjadi stok macet atau stok mati. Biasanya ini terjadi karena adanya penumpukan stok, sehingga perputaran barang menjadi tidak stabil.

"Ada beberapa merek yang setiap 1 minggu sekali pasti *launching* produk terbarunya. Karena saya menjadi distributor, mau tidak mau saya harus pesan produk terbaru tersebut ke produsen. Sehingga ada beberapa serian model lama yang menumpuk sehingga menjadi stok macet. Stok dapat dikatakan mati, jika stok tersebut sudah berumur lebih dari 1 tahun. Sehingga stok macet maupun stok mati akan berpengaruh pada perputaran modal saya".[25]

Dari penuturan diatas bahwa stok macet atau stok mati akan berpengaruh pada tingkat penjualan. Selain itu, juga akan berimbas pada perputaran modal perusahaan tersebut.

2) Harga

Harga merupakan unsur yang selalu dijadikan bahan pertimbangan konsumen sebelum melakukan transaksi. Suatu perusahaan bisa memberikan harga khusus kepada calon pelanggan maupun kepada pelanggan lama. Hal ini bertujuan

[24] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[25] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

guna manarik minat maupun upaya untuk bisa mempertahankan pelanggan lama.

> "Seperti yang sudah saya jelaskan di atas ya mbak, untuk penentuan harga jual kami selalu memberikan potongan harga (diskon) dari harga katalog kepada calon pelanggan maupun pelanggan lama. Namun kendala yang terjadi yaitu ketika kami sudah memberikan potongan harga sekian misalnya, kemudian mereka masih meminta potongan harga lagi. Sedangkan kami juga harus memperhitungkan biaya operasional, namun mereka terkadang tidak mau tahu tentang itu semua, yang terpenting mereka dapat barang bagus dengan harga murah".[26]

Menurut penjelasan Bu Yayuk, kendala yang dihadapi saat memberikan harga yaitu konsumen meminta tambahan diskon lebih. Biasanya konsumen yang membeli produk yang ditawarkan tidak ingin tahu tentang biaya operasional yang dikeluarkan. Selain biaya operasional, pihak Mayza griya busana selalu menjamin kualitas produk yang ditawarkan pasti sepadan dengan harga yang ditentukan.

3) Tempat

Tempat merupakan lokasi yang digunakan untuk berbagai kegiatan transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha guna membuat dan atau menjual produk kepada calon konsumen. Untuk pemilihan tempat usaha sebaiknya dipertimbangkan mengenai jarak tempat usaha dengan pusat kota. Hal ini dilakukan agar para konsumen lebih mudah menjangkau tempat usaha tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Bu Yayuk berikut :

---

[26] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

"Kendala yang kami hadapi yaitu jauhnya tempat usaha dari pusat kota, sering kali calon konsumen yang ingin ke toko, karena jarak tempuh yang cukup jauh dari pusat kota, mereka jadi mengurungkan diri untuk ke toko. Tetapi tidak semua calon konsumen seperti itu, bagi yang bertekad mengunjungi toko kami, meskipun jarak tempuhnya jauh tidak akan menjadi masalah untuk mereka. Selain itu, saat konsumen ke toko mereka banyak yang kelewat, karena tokonya kecil.".[27]

Dari penjelasan diatas bahwa, menentukan tempat usaha haruslah direncanakan secara baik dan rinci. Hal ini bertujuan untuk kelangsungan usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Besar atau kecilnya tempat usaha tidak selalu menentukan tingkat penjualan. Bahkan biasanya banyak tempat-tempat usaha yang berukuran lebih kecil dan letaknya cukup jauh, ternyata tingkat penjualan mereka melebihi tempat usaha yang lebih luas.

4) Promosi

Promosi merupakan tahapan yang dilakukan perusahaan yang bertujuan untuk mengenalkan produk yang mereka tawarkan kepada calon konsumen. Selain itu, promosi adalah hal yang paling penting dalam memasarkan produk, jika produknya bagus serta cara promosinya bagus, maka calon pelanggan akan mudah tertarik dengan produk yang ditawarkan. Berikut penuturan dari Bu Yayuk:

"Dalam melakukan promosi, kami terus melakukan inovasi-inovasi agar promosi yang kami lakukan dapat menarik minat calon konsumen. Sebenarnya kami masih belum menguasai lebih dalam tentang promosi di media sosial khususnya *instagram*. Namun kami tetap berupaya agar postingan yang kami berikan dapat memberikan *feedback* yang bagus untuk kelangsungan usaha kami.

[27] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

Selain itu, kami juga sering melakukan iklan berbayar di *instagram* dan *facebook*, bahkan kami juga sempat meng-*endorse selebgram* untuk mengenalkan produk maupun memviralkan toko kami. Namun pada hasilnya ada yang order atau bahkan bisa boncos karena salah target pasarnya, mbak".[28]

Dari penjelasan di atas bahwa, kendala dalam promosi Mayza griya busana yaitu mencari cara promosi yang lebih inovatif dan kreatif untuk memikat minat calon konsumen. Dapat disimpulkan jika Mayza griya busana sudah melakukan iklan berbayar dan meng-*endorse selebgram* pasti mengeluarkan biaya. Kemudian jika hasilnya memberikan *feedback* bagus, maka penjualan mereka akan naik, dan sebaliknya. Suatu perusahaan pasti memiliki cara yang berbeda-beda dalam melakukan promosi, sama halnya seperti Mayza griya busana. Seperti yang diungkapkan Mbak Ariyani :

"Kami selalu memiliki cara yang berbeda dalam promosi ya mbak. Misalnya kami melakukan promosi dengan teknik *copywriting* (promosi dengan cara yang tersirat) atau secara tidak langsung. Karena setiap hari kami harus memposting minimal 3 kali dalam sehari (pagi, siang, sore), kami sering kehabisan ide untuk membuat *copywriting* yang menarik. Selain itu, kami juga menyelingi dengan *meme* yang lucu, agar konsumen tidak monoton dengan promosi yang kami berikan". [29]

Dari ungkapan di atas bahwa kendala yang selanjutnya yaitu sering kehabisan ide saat membuat *copywriting* untuk promosi. Hal ini Mayza griya busana lakukan agar para calon konsumen atau pelanggannya tidak bosan dengan postingan yang disajikan. Karena

[28] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

[29] Hasil wawancara dengan Mbak Ariyani selaku admin pemasaran di Mayza griya busana Tanggal 13 September 2020

promosi merupakan penentu pengenalan suatu produk dan cara menarik minat konsumen agar memahami produk yang akan dibeli.

b. Solusi dari kendala strategi pengembangan bauran pemasaran produk dalam menghadapi persaingan usaha busana muslim di Mayza Griya Busana Boyolangu Tulungagung

1) Produk

Produk merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha. Ketika dalam produk tersebut terdapat kendala, maka perusahaan harus segera mengambil tindakan untuk menyelesaikan kendala tersebut. Hal ini bertujuan agar usahanya tetap dapat berjalan dengan baik dan lancar. Seperti yang diungkapkan oleh Bu Yayuk, yaitu :

> "Untuk kendala yang terkait kualitas produk yang kurang baik, biasanya kami mengambil tindakan atau solusi untuk menyimpannya terlebih dahulu, mbak. Kemudian jika suatu saat ada orang yang mencari produknya, kami akan dengan jujur menginfokan bahwa produk tersebut kualitasnya kurang baik (terdapat cacat dibeberapa bagian). Kami tidak ingin mengecewakan pelanggan, jadi kami harus dan wajib jujur untuk memberikan informasi terkait produk yang cacat tersebut kepada semua pelanggan. Selain itu, kami juga memberikan potongan harga yang lebih banyak pada produk yang kualitasnya kurang baik daripada produk dengan kualitas yang baik".[30]

Dari pendapat di atas bahwa solusi untuk kualitas produk yang kurang baik yaitu dengan menginformasikan kecacatan yang ada pada produk kepada konsumen dengan jujur. Hal

[30] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

tersebut dilakukan Mayza busana hanya semata-mata mencari kepuasan dan keridhoan dari pelanggannya. Karena kepuasan pelanggan adalah prioritas dalam usaha. Apabila pelanggan puas dan ridho dengan produk yang sudah dibeli, maka mereka akan kembali membeli produk yang ditawarkan oleh Mayza griya busana, meskipun beberapa ada produk yang kualitasnya memang tidak baik. Kunci utamanya adalah kejujuran.

Dalam beberapa usaha, khususnya perusahaan yang memiliki stok produk, biasanya mengalami yang namanya stok mati atau stok macet. Kendala tersebut dapat diketahui dari *stock opname* yang dilakukan perusahaan dalam setiap bulan atau triwulan atau satu tahun sekali. Mereka akan mencatat dan menganalisa produk mana yang daya jualnya rendah sehingga terjadi penumpukan stok kemudian menjadi stok mati atau stok macet. Seperti yang dijelaskan Bu Yayuk berikut :

> "Stok mati atau stok macet adalah stok yang sudah lama menumpuk dan jarang diminati oleh pelanggan. Untuk mengatasi hal tersebut biasanya kami melakukan promo diskon besar-besaran untuk mengeluarkan stok tersebut dengan cepat. Tidak apa-apa kami mendapatkan untung sedikit, yang terpenting adalah stok tersebut cepat keluar, agar modal bisa kembali dengan cepat dan *cashflow* kami bisa lancar. Selain itu, kami juga memberikan promo dengan paket hemat atau beli 2 gratis 1. Dengan begitu para konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk yang kami tawarkan dengan sistem promo"[31].

[31] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

Dari penuturan di atas bahwa solusi untuk stok mati atau stok macet di Mayza griya busana yaitu dengan mengadakan promo diskon. Mayza griya busana rela mendapatkan untung sedikit, namun stoknya cepat keluar, dibandingkan untung besar namun stok lama susah keluar. Ini semua adalah risiko dalam menjalankan usaha atau bisnis. Jika suatu perusahaan mampu menyelesaikan kendalanya dengan baik, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan layak bersaing, dan sebaliknya.

2) Harga

Harga merupakan penentu untuk calon konsumen ataupun pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga dapat disesuaikan dengan kualitas suatu produk, semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka harga produk tersebut akan menyesuaikan juga. Seperti yang dituturkan oleh Bu Yayuk, berikut :

> "Untuk masalah harga, kami selalu memberikan potongan harga kepada semua konsumen. Namun kendalanya adalah ketika kami sudah memberikan potongan harga, mereka masih meminta tambahan untuk potongan harganya. Untuk menyelesaikan masalah ini, kami selalu memberikan penjelasan yang informatif terkait kualitas produk yang mereka beli. Selain itu, kami juga menjelaskan bahwa semua kualitas produk yang kami tawarkan selalu sepadan dengan harganya, tak jarang kami juga melontarkan kalimat "harga membawa kualitas". Hal ini kami lakukan agar semua konsumen mengetahui betul terkait kualitas produk yang kami tawarkan. Karena jika mereka masih tetap meminta tambahan potongan harga, ini akan berpengaruh pada tingkat profit yang kami dapatkan".[32]

[32] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

Menurut penjelasan di atas, solusi yang dilakukan oleh Mayza griya busana untuk menyelesaikan kendala pada penentuan harga yaitu dengan memberikan penjelasan yang baik dan jujur tentang kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Mayza griya busana tidak takut kehilangan konsumen hanya karena mereka tidak setuju dengan harga yang sudah ditentukan, hal tersebut membuktikan bahwa konsumen tersebut bukan target pasar yang tepat untuk produk yang ditawarkan.

3) Tempat

Tempat merupakan lokasi yang digunakan untuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha, baik untuk membuat maupun menjual produknya kepada konsumen. Tempat usaha yang strategis serta dekat dengan kota menjadi salah satu tujuan semua pelaku usaha, ini dilakukan agar konsumen mudah menjangkau atau mengunjungi tempat usaha tersebut. Berikut penuturan Bu Yayuk :

"Toko kami memang lumayan jauh dari pusat kota, jadi solusinya yaitu dengan menawarkan pengiriman melalui beberapa ekspedisi yang tersedia, misalnya : Pos, Jne, Jnt, Tiki, Lion, dan lain sebagainya. Agar konsumen tidak terlalu terbebani dengan ongkos kirim, di beberapa kota kami memberikan subsidi atau gratis ongkos kirim. Sebenarnya untuk zaman yang serba online ini, jarak toko tidak begitu berpengaruh pada tingkat penjualan, karena konsumen akan lebih memilih membeli secara online daripada harus ke toko

langsung, yang terpenting adalah tetap bersikap jujur dalam semua hal".[33]

Seperti penjelasan di atas, Mayza griya busana memiliki strategi tersendiri agar semua pelanggannya tetap belanja di tokonya. Selain itu, dalam mengatasi kendala terkait strategi tempat mereka lebih memilih cara dengan menawarkan pengiriman melalui beberapa ekspedisi yang sudah tersedia. Mayza griya busana selain melayani pembelian *offline*, mereka juga melayani pembelian secara *online*, sehingga mereka tidak terpaku pada satu wilayah saja (Boyolangu, Tulungagung), sehingga mereka bisa memperluas pasar sampai ke luar kota.

4) Promosi

Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh pelaku usaha, baik untuk memasarkan atau mengenalkan produk kepada calon pelanggan dan atau pelanggan lama. Semua perusahaan pasti memiliki strategi promosi yang berbeda-beda dan menginginkan strategi tersebut dapat dijalankan secara baik dan lancar. Namun pada kenyataannya saat strategi itu diterapkan dan dijalankan, seringkali pelaku usaha mengalami kendala. Semua kendala jika tidak segera diselesaikan, maka akan berpengaruh pada tingkat penjualan dan keberlangsungan suatu usaha tersebut. Berikut

[33] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020

penjelasan dari Bu Yayuk terkait solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala saat melakukan promosi :

> "Cara yang kami lakukan untuk menyelesaikan kendala ini yaitu dengan mencari ide-ide yang inovatif dan kreatif dari *instagram*, *facebook*, *google*, dan media sosial lainnya. Dari beberapa media sosial yang ada, kami terbantu guna menambah bahan promosi dengan teknik *copywriting*".[34]

Dari penuturan di atas dapat disimpulkan bahwa Mayza griya busana dalam menyelesaikan kendala yang terjadi saat promosi yaitu dengan mencari ide-ide yang inovatif dan kreatif dari berbagai media sosial yang ada. Mayza griya busana melakukan ini semua, agar konsumen yang membaca postingannya tidak bosan dan tetap tertarik dengan produk yang ditawarkan. Promosi dengan teknik ini selalu dijalankan dengan maksimal, dengan tujuan agar masyarakat lebih percaya dan cepat untuk merespon produk yang ditawarkan di Mayza griya busana.

[34] Hasil wawancara dengan Bu Yayuk selaku pemilik Mayza griya busana, Tanggal 13 September 2020