

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

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

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

2. Sejarah Berdirinya Swarga Hijab Tulungagung

Swarga hijab merupakan usaha rumahan yang memproduksi berbagai jenis hijab, gamis serta aksesoriesnya. Usaha ini pertama kali didirikan oleh Bapak Agung Hartadi. Sejarah pertama kalinya Swarga Hijab Tulungagung yaitu pemilik hanya menjual brand hijab milik orang lain yang dilakukan selama 2 tahun. Kemudian seiring berjalannya waktu

pemilik Swarga Hijab berfikir untuk mendirikan usahanya sendiri dengan alasan bidang penjualannya berpeluang bagus untuk digunakan berbisnis.

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

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

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

3. Visi dan Misi Swarga Hijab Tulungagung

a. Visi

Membuat gamis dengan kualitas bagus yang menutup aurat dengan sempurna serta menghijabkan muslimah Indonesia

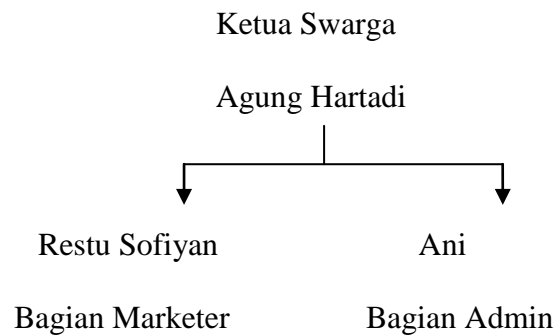
b. Misi

- 1) Membuka lapangan pekerjaan untuk sekitar khususnya Tulungagung
- 2) Melatih masyarakat sekitar untuk berwirausaha
- 3) Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

4. Tujuan Swarga Hijab Tulungagung

Dengan mendirikan Swarga Hijab Tulungagung ini, diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat khususnya Tulungagung serta memajukan tingkat perekonomian daerah.

5. Struktur Organisasi



B. Paparan Data

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

1. Pembahasan Tentang Kondisi Swarga Hijab Tulungagung pada Saat *Era Digital* Sekarang

Semakin berkembangnya zaman dengan adanya era modernisasi ini pada sistem pemasaran banyak mengalami kemajuan seperti halnya *era digital* sekarang ini. *Era digital* yaitu perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang berbentuk media yang berbeda dari media sebelumnya. Kondisi pemasaran Swarga Hijab Tulungagung pada saat ini menurut Bapak Restu Sofiyon selaku marketer Swarga Hijab Tulungagung yaitu:

*“ Untuk kondisi Swarga Hijab Tulungagung pada saat era digital ini cukup mengalami perkembangan, dikarenakan oleh faktor lingkungan kerjanya juga mbak. Setiap bulan penjualan juga semakin meningkat, produk yang dihasilkan semakin bagus serta proses pemasarannya juga cukup baik. Selain itu faktor kebersihan, ketenangan serta keamanan juga berpengaruh terhadap kinerja karyawan untuk meningkatkan kondisi penjualan perusahaan mbak.”*⁶⁴

Dari penjelasan Bapak Restu Sofiyon diatas dapat disimpulkan bahwa kondisi Swarga Hijab Tulungagung pada saat *era digital* ini cukup baik karena penjualan setiap bulannya juga meningkat dengan sangat pesat, produk yang dihasilkan juga semakin bagus serta proses pemasarannya

⁶⁴Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

juga semakin baik. Ada beberapa faktor yang menyebabkan kondisi perusahaan meningkat yaitu faktor kebersihan, ketenangan serta keamanan. Dengan adanya faktor-faktor tersebut akan sangat mempengaruhi kinerja karyawan dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

2. Pembahasan Tentang strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung

Strategi pemasaran merupakan suatu cara yang dilakukan oleh individu atau organisasi atau produsen untuk menyebar luaskan informasi seputar produk atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen demi memperoleh keuntungan melalui berbagai macam strategi yang diterapkan oleh pihak perusahaan. Swarga Hijab Tulungagung telah menerapkan strategi pemasaran yaitu terdiri dari produk, harga, promosi serta tempat.

a. Strategi Produk

Produk merupakan suatu barang maupun jasa yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang. Produk Swarga Hijab Tulungagung ini merupakan sebuah merk yang diciptakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta digunakan untuk membedakan produk-produk sejenis dari perusahaan lain. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut adalah produk busana muslim yang dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk pakaian secara sempurna menutup aurat bagi penggunanya

dengan mengikuti model masa kini yang simple dan elegan. Produk yang diproduksi oleh Swarga Hijab Tulungagung ini adalah gamis, hijab serta pernak pernik gamis. Berikut penjelasan dari Bapak Restu Sofiyan selaku marketer dari Swarga Hijab Tulungagung :

“ Disini kita menghasilkan sebuah produk busana muslim yang menutup aurat secara sempurna dan juga mengikuti model masa kini yang simpel serta elegan. Swarga Hijab untuk saat ini memproduksi produk gamis, hijab serta pernak pernik gamis seperti bros mbak, Cuma varian gamisnya ada banyak modelnya. Tapi terus ada model baru setiap berapa bulan sekali”.⁶⁵

Dari penjelasan Bapak Restu Sofiyan bahwasanya Swarga Hijab Tulungagung ini memproduksi gamis, hijab dan pernak pernik gamis. Dimana setiap produk tersebut memiliki berbagai macam bentuk serta model masa kini.

Adapun dalam strategi pemasaran produk yang diterapkan meliputi, menciptakan merk dan kemasan. Dengan adanya pemberian merk yang dimiliki oleh Swarga Hijab, maka konsumen akan lebih mengenal dan percaya akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Muiz yaitu sebagai berikut:

“Strategi yang kita lakukan disini dengan memberikan merk menggunakan Swarga Hijab mbak, serta kita juga memberikan kemasan yang menarik agar konsumen itu senang. Jadi begini mbak, kan sekarang itu banyak ya yang menjual gamis tidak sesuai dengan yang ada digambar, nah itu kita menciptakan sebuah layanan dan kepastian barang yang datang itu sama dengan yang difoto seperti bahannya bagus, modelnya juga sama. Swarga Hijab ini merupakan sebuah nama produk perusahaan yang diciptakan untuk memenuhi

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyan (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

kebutuhan umat muslim khususnya kaum wanita dalam berbusana menurut syariat islam yang benar”.⁶⁶

Dari penjelasan Bapak Muiz diatas dalam strategi pemasaran produk yang dilakukan yaitu memberikan merk dengan nama Swarga Hijab serta kemasan yang menarik. Dengan pemberian merk memudahkan para konsumen untuk mengingat dan mengetahui produk perusahaan tersebut. Produk yang diproduksi Swarga Hijab juga tetap memperhatikan kualitas yang bagus.

Selain itu, konsumen Ibu Dina juga menambahkan:

*“Menurut saya, strategi produk yang digunakan oleh Swarga Hijab Tulungagung sudah cukup baik, kemasannya menarik minat saya untuk membeli produk Swarga Hijab Tulungagung serta bahan yang digunakan juga bagus dipakai itu rasanya adem tidak panas.”*⁶⁷

Dari penjelasan Ibu Dina diatas selaku konsumen dari Swarga Hijab Tulungagung dalam melaksanakan strategi produknya mereka sudah cukup baik dengan adanya kemasan yang menarik minat konsumen serta bahan yang digunakan juga kualitasnya bagus.

b. Strategi Harga

Harga merupakan suatu yang dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan suatu barang atau produk yang di inginkan, penentuan harga yang dilakukan oleh Swarga Hijab yaitu dengan melihat harga

⁶⁶ Wawancara dengan Bapak Muiz (Marketer Swarga Hijab), pada 19 April 2020

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Dina (Konsumen Swarga Hijab Tulungagung), pada 13 Desember 2020

bahan baku dan juga harga yang ada di pasaran. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Restu Sofiyon sebagai berikut:

*“Untuk strategi penetapan harga kita tentukan dengan kualitas produk yang dihasilkan mbak, misalnya saja harga bahan berapa kemudian untuk tenaga pembuatannya itu berapa, jadi kita menggabungkan keduanya. Setelah itu kita lihat harga dipasarannya berapa kemudian jika kita mengambil harga segini itu sudah untung atau belum, ternyata cukup untung. Nah, rumus kita malah kita naikkan sedikit. Jadi misal harganya 390.000 gitu kita naikkan sedikit, biasanya seperti itu kalau di Swarga Hijab mbak. Karena apabila semakin mahal harganya semakin bagus kualitas yang kita berikan mbak”.*⁶⁸

Saudari Ani menambahkan bahwa:

*“Untuk masalah harga kita disini menyesuaikan dengan kualitas produk yang kami berikan mbak, jadi kita berani ambil harga mahal. Karena disini kita membawa kualitas yang pastinya bagus. Konsumen juga banyak yang puas membeli produk Swarga Hijab dan banyak juga yang kembali lagi untuk membeli produk Swarga Hijab lagi. Disini kita mematok harga gamis mulai 375.000 – 575.000 per produknya”.*⁶⁹

Dari kedua penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penetapan harga Swarga Hijab Tulungagung melihat harga di pasaran terlebih dahulu serta total dari bahan dan tenaga pembuatannya untuk membuat produk. Swarga Hijab menaikkan sedikit dari harga pasaran karena apabila harga suatu barang semakin mahal maka akan semakin bagus kualitas produknya. Jadi penetapan harga tergantung dari harga bahan serta produk yang dihasilkan.

Kemudian konsumen Ibu Ida juga menambahkan bahwa:

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

⁶⁹ Wawancara dengan Ibu Ani (Admin Swarga Hijab), pada 21 April 2020

“Untuk strategi harga yang sudah diterapkan oleh Swarga Hijab Tulungagung menurut saya sudah cukup baik untuk kalangan menengah keatas dengan harga yang lumayan mahal tetapi kualitasnya juga sangat bagus , kadang-kadang saya juga diberi bonus inner ataupun bros yang cantik.”⁷⁰

Dari penjelasan Ibu Ida diatas bisa disimpulkan bahwa penetapan strategi harga dari Swarga Hijab Tulungagung sudah bisa diterima oleh konsumen menengah keatas karena harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang digunakan.

c. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan suatu kegiatan dimana perusahaan mengenalkan produknya kepada konsumen maupun pada pasar sasaran. Bentuk- bentuk promosi dapat digunakan melalui periklanan, pemberian diskon, dan promosi penjualan. Swarga Hijab dalam promosi produknya menggunakan cara periklanan serta pemberian diskon seperti yang dikatakan oleh Bapak Restu Sofiyon yaitu sebagai berikut:

“Begini ya mbak, strategi promosi yang saya gunakan dalam penjualan ini ada beberapa strategi misalnya, penjualan secara online lewat iklan facebook serta marketplace yang lainnya seperti shopee, instagram serta website. Tapi yang paling utama saya gunakan itu di facebook mbak soalnya kalau di facebook itu jangkauannya luas sampai ke luar negeri. Selain itu saya juga menambah admin-admin mbak agar jika ada yang mau membeli itu bisa direpson cepat sama admin saya jadi pembeli itu tidak menunggu terlalu lama. Saya juga memperbanyak reseler yang ada

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Ida selaku konsumen dari Swarga Hijab Tulungagung, pada 14 Desember 2020

*di luar negeri maupun dalam negeri agar penjualan saya meningkat setiap bulannya”.*⁷¹

Dari penjelasan Bapak Restu Sofiyan selaku marketer Swarga Hijab Tulungagung dalam strategi pemasaran produk yang dilakukan paling utama yaitu penjualan online lewat iklan khususnya *facebook*, karena *facebook* ini bisa menjangkau luas bahkan bisa sampai luar negeri. Dan adapun strategi pemasaran yang lainnya menggunakan *instagram, shopee, website* dan sebagainya. Selain itu marketer Swarga Hijab ini juga banyak menambah admin-admin yang baru agar jika ada pembeli yang banyak membeli di Swarga Hijab ini dapat direspon cepat dan baik oleh para adminnya.

Untuk memperkuat penjelasan dari Bapak Restu Sofiyan selaku Marketer Swarga Hijab Tulungagung di atas, peneliti juga menanyakan pertanyaan yang sama, tetapi dengan jawaban yang berbeda kepada karyawan di Swarga Hijab Tulungagung.

Seperti yang dituturkan oleh Bapak Muiz, beliau mengatakan:

*“Disini kita juga memberikan diskon pada waktu-waktu tertentu mbak. Seperti contohnya saja pada waktu akan lebaran itu kita pasti memberikan diskon pada setiap gamisnya atau biasanya kita memberikan bonus seperti inner, bros dll”.*⁷²

Dari penjelasan Bapak Muiz diatas strategi yang digunakan oleh Swarga Hijab Tulungagung yaitu dengan adanya pemberian diskon pada waktu tertentu seperti musim lebaran dan lain-lain.

Ibu Dina juga menambahkan bahwa:

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyan (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

⁷² Wawancara dengan Bapak Muiz (Marketer Swarga Hijab), pada 19 April 2020

“Menurut saya strategi promosi yang digunakan oleh Swarga Hijab Tulungagung sudah menarik minat saya untuk membeli gamis dari mereka. Apalagi kalau waktu hari-hari tertentu itu pasti ada potongan harga ataupun ada bonus dari produk mereka. Saya sangat suka sekali belanja di Swarga Hijab Tulungagung karena saya tidak pernah kecewa dengan barang yang saya terima.”⁷³

Dari penjelasan Ibu Dina diatas bisa disimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Swarga Hijab Tulungagung sudah cukup menarik dengan adanya bonus atau potongan harga pada saat hari-hari tertentu.

d. Strategi Tempat

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

“Ya menurut saya begini ya mbak, dalam strategi tempat biasanya kita memilih tempat yang lebih strategis dan yang paling utama mudah dijangkau oleh konsumen. Awal pembukaan Swarga Hijab kita buka di dekat stasiun itu tempatnya lumayan kecil dan disana banyak kebisingan soalnya ada kereta. Dan akhirnya kita pindah tempat yang lebih luas didekat area produksi yaitu di Sumberdadi”⁷⁴.

⁷³ Wawancara dengan Ibu Dina selaku konsumen dari Swarga Hijab Tulungagung, pada 13 Desember 2020

⁷⁴ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa lokasi tempat yang dipilih berdekatan dengan perumahan, Kantor Dinas, dan pusat kecamatan. Dengan tempat yang strategis banyak orang yang dapat mengetahui lokasi usaha Swarga Hijab Tulungagung. Konsumen dan distributor juga lebih mudah dalam mengambil pesanannya.

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

*“Semenjak adanya strategi tersebut omset perusahaan semakin meningkat dan semakin berkembang. Yang awalnya omset kita cuma jutaan sekarang sudah mencapai milyaran”.*⁷⁵

Saudara Muiz juga menambahkan:

*“Strategi tersebut sangatlah penting bagi perusahaan kita karena adanya strategi pemasaran tersebut penjualan mengalami peningkatan. Terutama dalam hal promosi yang kita lakukan secara terus menerus melalui social media dan juga website. Di dalam website terdapat berbagai jenis produk yang kita tawarkan dan banyak konsumen yang tertarik dengan produk kita”.*⁷⁶

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

⁷⁵ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

⁷⁶ Wawancara dengan Bapak Muiz (Marketer Swarga Hijab), pada 19 April 2020

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

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

1) Produk

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

*“Faktor penghambat yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan yaitu pertama dari segi modelnya ya mbak. Jika kita salah menentukan model itu nanti produknya pasti akan lambat dalam penjualannya. Misalnya model ini kurang disukai dan kemudian sudah terlanjur memproduksi banyak nah itu akan menjadi suatu masalah. Kedua, dari segi foto produk. Misalnya foto produknya itu kurang tajam ataupun kurang bagus itu nanti juga akan menjadi penghambat dalam penjualan produk itu sendiri”.*⁷⁷

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada strategi pemasaran produk hambatan yang terjadi adalah ketika produk yang dipasarkan tersebut modelnya tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu juga hasil dari foto produk yang

⁷⁷ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyan (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

kurang menarik itu nanti juga akan menjadi penghambat pada saat melakukan pemasaran produk Swarga Hijab Tulungagung.

2) Harga

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

*“Kalau hambatan yang terjadi pada saat menentukan harga itu ketika harga barang kemahalan itu tidak laku dan jika kemurahan itu juga tidak laku. Maksudnya gini ya mbak, biasanya itu kalau kita memberikan harga kemurahan itu konsumen mikinya kok murah banget jangan-jangan kualitasnya kurang bagus kayak gitu mbak. Maka dari itu terkadang kita juga agak sulit dalam memberikan harga yang pas”.*⁷⁸

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi pada saat menetapkan harga yaitu ketika harga barang terlalu murah konsumen beranggapan bahwa kualitas barang tersebut tidak bagus, begitu sebaliknya. Jadi harga memberikan pengaruh besar terhadap pemikiran konsumen dalam membeli produk Swarga Hijab Tulungagung.

3) Promosi

Promosi merupakan cara sebuah perusahaan untuk mengenalkan suatu produknya kepada konsumen. Dengan adanya

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Muiz (Marketer Swarga Hijab), pada 19 April 2020

promosi maka konsumen yang akan dituju akan tepat sasaran. Namun, dalam melakukan promosi juga tidak mudah seperti yang direncanakan terkadang juga terjadi hambatan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Restu Sofiyon selaku marketer Swarga Hijab Tulungagung yaitu:

*“Hambatan dalam promosi itu kita habis banyak untuk iklannya mbak. Soalnya kita kan memakai promosi iklan berbayar di facebookmbak. Kita harus bisa menargetkan penjualan yang keluar, soalnya itu kadang kita sudah mengeluarkan uang untuk iklan berbayar tetapi penjualan yang kita dapat itu tidak sebanding dengan uang yang kita keluarkan untuk iklan tersebut”.*⁷⁹

Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi oleh Swarga Hijab Tulungagung dalam promosi yaitu ketika biaya yang dikeluarkan untuk iklan tidak sesuai dengan profit penjualan produknya. Promosi adalah salah satu cara untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.

4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada disekitar. Dengan berjalannya usaha Swarga Hijab terdapat hambatan-hambatan yang

⁷⁹ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

dihadapi oleh Swarga Hijab Tulungagung, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Restu Sofiyan:

*“Hambatan yang kita hadapi adalah mencari tempat yang strategis mbak yang mudah dicari oleh konsumen. Disini tokonya juga tidak terlalu luas dan barang-barang yang kita produksi juga semakin lama semakin banyak. Biasanya orang-orang yang lewat didepan toko itu hanya melihat luarnya saja terkadang masih tidak mengetahui bahwa Swarga Hijab ini tidak hanya toko online tetapi ada offline nya juga. Tetapi kosumen itu biasanya sering datang ke toko offline kita untuk mengambil barang pesanana mereka mbak”.*⁸⁰

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa mendirikan suatu usaha itu pasti akan menemukan kendala-kendala yang harus dihadapi dan harus siap dengan kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Kendala yang terjadi yaitu ketika barang yang diproduksi semakin banyak tetapi luas toko kurang memadai serta banyak masyarakat yang belum mengetahui lokasi Swarga Hijab Tulungagung. Maka dari itu dalam menentukan tempat usaha juga harus merinci apa saja yang dibutuhkan untuk kegiatan didalamnya agar pada saat usaha sudah dijalankan maka semua yang dibutuhkan oleh perusahaan sudah tersedia dan jika luas toko kurang memadai perusahaan bisa langsung membangun tempat lagi untuk menaruh prduk-produknya. Dengan itu kita dapat menetapkan tempat sesuai dengan kebutuhan dan fungsinya.

⁸⁰ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyan (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

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

1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Ketika produk mengalami hambatan maka harus segera ada penyelesaian agar usaha tersebut tetap bisa berjalan dengan lancar seperti yang dikatakan oleh Bapak Restu Sofiyon berikut:

*“Faktor yang menjadi pendukung dalam mengatasi masalah ketika produk yang kita produksi modelnya salah atau kurang diminati oleh konsumen yaitu dengan mengadakan promo ataupun memberikan bonus menarik. Misalnya saja beli 2 gratis 1 atau beli gamis gratis dalaman hijab. Jadi kita harus membuat promo menarik agar konsumen tertarik. Sedangkan untuk kesalahan pemilihan foto produk itu kita akan mengevaluasi dan mengganti foto produk yang lebih bagus lagi”.*⁸¹

Kesimpulan dari pendapat diatas adalah dalam menghadapi hambatan ketika terjadi kesalahan pada model produk dan juga foto produk, Swarga Hijab memberikan promo maupun bonus serta mengganti foto produk yang lama dengan yang baru yang lebih bagus lagi.

2) Harga

Harga merupakan penentu konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika penetapan harga

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

mengalami hambatan pasti akan mengakibatkan penurunan penjualan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Muiz berikut:

“Untuk mengatasi hambatan ketika harga kita kemahalan yaitu kita dari Swarga Hijab menurunkan harga dari produk yang kita pasarkan”⁸².

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam mengatasi hambatan pada penetapan harga yaitu Swarga Hijab akan menurunkan harga produk yang dipasarkan. Karena suatu perusahaan harus memiliki sebuah strategi yang jitu agar tidak kehilangan segmentasi pasar dan juga agar penjualannya bisa terus meningkat setiap bulannya.

3) Promosi

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

*“Untuk mengatasi hambatan dalam promosi, kita tetap melakukan promosi sebaik mungkin. Ketika kita broadcast di facebook itu kita evaluasi lagi problemnya di apa, misalnya problemnya di pemilihan gambar yang kurang bagus ataupun kata-kata yang kita posting itu kurang menarik konsumen itu kita benahi lagi”*⁸³.

Dalam menghadapi hambatan saat melakukan promosi, berdasarkan penjelasan Bapak Restu Sofiyon tersebut dapat

⁸² Wawancara dengan Bapak Restu Sofiyon (Marketer Swarga Hijab), pada 20 April 2020

⁸³ Wawancara dengan Ibu Ani (Admin Swarga Hijab), pada 21 April 2020

disimpulkan bahwa untuk mendukung strategi promosi yang dilakukan agar tetap berjalan dengan baik yaitu dengan selalu mengadakan evaluasi setiap hari pada saat terjadi kesalahan pada gambar-gambar atau kata-kata yang masih kurang menarik konsumen. Jadi dengan promosi yang maksimal akan mudah merayu konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan Swarga Hijab Tulungagung.

4) Tempat

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

*“Dalam mengatasi hambatan ketika kita mengalami masalah dengan tempat usaha kita berencana untuk memperluas kawasan usaha dan tempat usaha kita, karena semakin kesini produk-produk yang kita hasilkan semakin banyak dan semakin banyak pula produk yang harus disimpan terlebih dahulu sebelum dipasarkan ke konsumen. Toko ini juga belum terlalu banyak diketahui oleh konsumen maka dari itu kita menjualnya lebih banyak lewat online. Dengan jual beli online maka konsumen menjadi lebih banyak tau tentang produk yang kita tawarkan”.*⁸⁴

Dari penjelasan Bapak Muiz diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tempat juga berpengaruh besar terhadap penjualan suatu produk. Dengan adanya kendala tempat yang

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Muiz (Marketer Swarga Hijab), pada 19 April 2020

kurang luas maka Swarga Hijab akan memperluas kawasan serta tempat usahanya. Swarga Hijab juga menggalakkan penjualan secara online karena dengan cara ini produk yang dipasarkan akan lebih cepat diterima dan diketahui oleh konsumen.

C. Temuan Penelitian

1. Analisis Tentang Kondisi Swarga Hijab Tulungagung pada Saat *Era Digital* Sekarang

Berdasarkan paparan data di atas terkait kondisi Swarga Hijab Tulungagung dapat dianalisis bahwa kondisi Swarga Hijab Tulungagung saat ini cukup baik. Penjualan setiap bulannya meningkat dengan sangat pesat, produk yang dihasilkan juga semakin bagus serta proses pemasarannya juga semakin baik. Ada beberapa faktor yang menyebabkan kondisi perusahaan meningkat yaitu faktor kebersihan, ketenangan serta keamanan. Pertama, jika kebersihan ruangan terjaga maka karyawan akan lebih semangat lagi dalam bekerja. Kedua, jika ruangan kerja tenang maka bisa menambah konsentrasi karyawan dalam bekerja. Ketiga, jika karyawan diberikan jaminan keamanan oleh perusahaan maka karyawan lebih tenang dalam melakukan suatu pekerjaan. Dengan adanya faktor-faktor tersebut akan sangat mempengaruhi kinerja karyawan dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

2. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung

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

a. Produk

Produk yang dipasarkan Swarga Hijab Tulungagung ada beberapa jenis yaitu, gamis, hijab dan pernak-pernik hijab. Berdasarkan paparan data di atas terkait strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran produk meliputi menciptakan merk dan kemasan. Swarga Hijab Tulungagung dalam strategi pemasaran produk menciptakan merek dengan milih nama Swarga Hijab. Untuk kemasan di dalam produk Swarga Hijab Tulungagung di buat semenarik mungkin agar pembeli banyak yang minat untuk membeli produk tersebut. Produk unggulan yang diproduksi ada dua macam yaitu, gamis dan hijab dengan kualitas produk yang secara sempurna menutup aurat dan juga tetap mengikuti model masa kini. Dalam menawarkan produk Swarga Hijab sangat mementingkan kepuasan konsumen dengan selalu menjaga kualitas yang ada.

b. Harga

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran dalam penetapan harga yang ditawarkan oleh Swarga Hijab mulai dari 375.000-575.000/set produk tergantung model dan jenis gamis yang dibeli. Harga gamis di Swarga Hijab Tulungagung agak sedikit dinaikkan dari harga pasaran karena kualitas gamis di Swarga dijamin bagus.

c. Promosi

Berdasarkan paparan data terkait strategi promosi diatas dapat dianalisis bahwa strategi promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Swarga Hijab dalam mempromosikan produknya dengan cara periklanan dengan menggunakan facebook dan web. Cara promosi tersebut dianggap efektif karena dapat dengan mudah menyebarkan luaskan informasi mengenai produk yang akan dipasarkan. Dengan adanya fasilitas tersebut dapat menunjang peningkatan penjualan perusahaan.

d. Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa strategi tempat yang dipilih harus strategis dan tentunya mudah diketahui oleh konsumen. Swarga Hijab memilih lokasi di Desa Sumberdadi karena area penjualan berdekatan dengan perumahan, Kantor Dinas, dan pusat kecamatan. Dengan adanya strategi produk, harga, promosi serta tempat dapat mempengaruhi

penjualan yang bisa meningkatkan keuntungan perusahaan. Yang paling utama yaitu dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Swarga Hijab Tulungagung dengan gencar melakukan promosi melalui iklan pada *media socialfacebook*. Dengan cara tersebut konsumen lebih cepat mengetahui produk dari Swarga Hijab serta akan lebih tertarik dengan Swarga Hijab Tulungagung.

3. Analisis Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab

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

1) Produk

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

2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa, harga merupakan suatu penentu bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hambatan yang dihadapi Swarga Hijab Tulungagung

dalam memberikan harga yang terlalu mahal dan kurang diterima oleh konsumen. Karena Swarga Hijab dalam menentukan harga yang tepat masih mengalami kesulitan pada saat memberikan harga yang murah tetapi konsumen beranggapan barang tersebut memiliki kualitas rendah.

3) Promosi

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

4) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam

penilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada di sekitar. Hambatan yang dihadapi Swarga Hijab Tulungagung dalam menentukan lokasi adalah ketika barang yang di produksi semakin banyak dan luas toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi penjualan produk Swarga Hijab Tulungagung yang juga dalam menjual produknya tidak hanya secara online tetapi juga offline.

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

1) Produk

Berdasarkan paparan diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab Tulungagung pada saat mengalami kesalahan dan kurang diminati oleh konsumen yaitu Swarga Hijab mengadakan sebuah promo dan bonus dan juga mengganti foto produk yang lama dengan yang baru serta lebih bagus lagi. Cara tersebut dilakukan agar barang yang sudah di produksi dapat terjual, sehingga proses penjualan terus berjalan dan tetap mengalami peningkatan.

2) Harga

Berdasarkan paparan diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran harga dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk

mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab Tulungagung dalam memberikan harga yang terlalu mahal dan kurang diterima oleh konsumen yaitu Swarga Hijab memiliki strategi dengan menurunkan setengah harga produk yang dipasarkan. Strategi itu digunakan agar penjualan pada perusahaan terus berjalan dan bisa tetap meningkat setiap bulannya.

3) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran promosi dapat di analisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Swarga Hijab Tulungagung ketika pada saat posting promosi produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi masalah yaitu dengan mengadakan evaluasi dan pembenahan masalah yang terjadi pada saat posting seperti kesalahan pada gambar-gambar atau kata-kata yang masih kurang menarik konsumen agar kegiatan promosi tetap bisa berjalan dengan baik dan diterima oleh konsumen.

4) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor pendukung strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa, faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi oleh Swarga Hijab Tulungagung ketika barang yang di produksi semakin banyak dan luas toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi penjualan yang tidak hanya menjual produk secara online

tetapi juga offline, Swarga Hijab Tulungagung berencana untuk memperluas lokasi penjualan karena masih terdapat lahan yang kosong dan menggalakkan penjualan secara online dengan memanfaatkan semua media social. Dengan cara ini konsumen akan lebih cepat menerima informasi mengenai produk yang dipasarkan oleh Swarga Hijab Tulungagung.