

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Paparan Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yang bergerak dibidang *fashion* berlokasi di Dusun Tambakkembang, RT/RW. 003/002, Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan strategi bauran pemasaran atau disebut dengan *marketing mix* dengan tujuan untuk meningkatkan omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Peneliti memilih El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai objek penelitian dikarenakan dari berbagai usaha dibidang *fashion* didaerah Kabupaten Tulungagung, El Hijaaz Boutique yang memiliki keunikan dari sisi produk yang dimiliki. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memiliki produk kain dengan corak dan desain yang unik serta mereka menciptakan sendiri motif kain tersebut. kain yang diciptakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung ada dua macam diantaranya yaitu, kain ecoprint dan kain shibori.

Pada kain ecoprint pemilik usaha memanfaatkan limbah alam. Metode yang digunakan pada pembuatan kain ecoprint yaitu dengan cara

menempelkan dan menyusun sebuah tata letak motif yang berasal dari limbah alam. Hampir semua produk ecoprint di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menggunakan limbah alam pada proses pembuatannya. Limbah alam yang digunakan yaitu seperti dedaunan kering, sampai buah pohon pinus. Dengan tujuan untuk menghasilkan motif yang alami dan natural.

Selain itu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga memiliki produk yang dinamakan dengan kain shibori. Kain shibori ini berasal dari kain putih yang di berikan warna. Dengan menggunakan metode pengikatan pada kain. Kain diikat menggunakan karet gelang. Selanjutnya dicelupkan pada warna yang terbuat dari bahan alami. Dengan tujuan supaya warna yang menempel pada kain memiliki kesan alami dan natural. Tak hanya itu, tujuan menggunakan warna alami yaitu supaya produk shibori yang diciptakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung berbeda dengan produk yang dibuat oleh industri lain.

Pada Kabupaten Tulungagung sendiri kain shibori sudah banyak dibuat oleh industri lain. Sehingga, produk tersebut mengalami persaingan dengan industri lain mulai dari harga hingga kualitasnya. Perkembangan yang dialami El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengalami naik turun. Sehingga, mengakibatkan omzet penjualan tidak stabil. Dengan demikian, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menetapkan sebuah strategi pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan omzet penjualan. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang strategi

apa yang digunakan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung maka peneliti akan melakukan penelitian pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

2. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah dan lokasi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung

El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung Didirikan pada tahun 2012 oleh perancang busana Elis Zulfa Mastuti. Pada awalnya, El Hijaaz Boutique beralamat di Dusun Gragalan, Desa Sumberdadi, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung. Namun, atas dasar beberapa masalah internal dari pemilik, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung berpindah tempat. Tempat yang digunakan saat ini berlokasi di area rumah pemilik yang beralamatkan di Dusun Tambakkembang, RT/RW. 003/002, Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung.

El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menciptakan produk *fashion* yang bertemakan etnik natural. Meskipun menggunakan bahan pabrikan dalam proses produksi, produk yang dihasilkan masih memiliki nuansa natural, termasuk di dalamnya menggunakan bahan asli dari alam serta dalam mengembangkan produk turunannya. Aneka model jenis abaya, gamis yang sudah mendahului diproduksi, untuk menambah variasi produk. Hal ini dilatarbelakangi oleh keinginan pihak pemilik agar ketika konsumen membutuhkan produk tersebut

mampu langsung tertuju pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Selain itu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga menawarkan pembenahan atau bisa juga disebut dengan permak pada pakaian yang saat dipakai dirasa kurang sesuai dengan postur tubuh. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dulunya bertempat di dusun gralan. Namun, Bisnis El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yang berada di Dusun Gragalan tidak berjalan lama, hanya berjalan sekitar 5 tahun. Setelah itu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung berpindah ke alamat yang baru, yakni di Desa Tambakrejo.

Melalui perpindahan ini, Ibu Elis Zulfa Mastuti mulai menciptakan inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar tetap mampu bersaing. Atas dasar kepekaan ilmu pengetahuan pada diri Ibu Elis, yang sering mengikuti berbagai macam pelatihan. Sehingga Ibu Elis Zulfa Mastuti mampu mengembangkan hasil pelatihannya dengan menciptakan berbagai macam hasil karya. Salah satunya memproduksi bahan *fashion* diantaranya kain ecoprint dan kain motif shibori.

Kain ecoprint berasal dari kain putih polos yang diberikan warna dengan cara teknik menempel pada kain. Bahan yang ditempelkan pun berasal dari limbah alam. Seperti limbah dedaunan hingga limbah biji dari kayu pinus. Sebelum ditempelkan limbah tersebut

dicelupkan pada warna kain yang tersedia sesuai dengan selera si pembuat kain ecoprint. Serta didiamkan kurang lebih 1 jam hingga 2 jam. Sehingga akan meninggalkan motif sesuai apa yang telah ditempelkan beserta warnanya. Kain ecoprint dibandrol dengan harga Rp. 200.000 hingga Rp. 400.000.

Sedangkan kain shibori berasal dari kain putih polos yang diberikan warna dengan cara dicelupkan. Sebelum dicelupkan terlebih dahulu kain putih tersebut diikat menggunakan karet gelang. Fungsi dari ikatan ini untuk memberikan batas warna yang nantinya menghasilkan motif gradasi warna berikutnya. Bahan pilihan warna menggunakan bahan alam dengan alasan ingin mengusung tema natural yang akan menampilkan kesan nuansa alami serta elegan, sehingga cocok digunakan dalam situasi apapun. Kain shibori dibandrol dengan harga Rp. 100.000 hingga Rp. 200.000.

Dengan menciptakan produk baru serta memiliki kualitas yang baik tentunya akan menarik masyarakat. Tak jarang pula dilirik oleh media dan melakukan wawancara langsung kepada Ibu Elis Zulfa Mastuti. Hal ini pula yang akhirnya membuat Ibu Elis mampu menjadi salah satu pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) binaan Bank Indonesia (BI). Melalui ketekunan Ibu Elis, UMKM yang dimilikinya telah mampu lolos mengikuti kurasi dalam berbagai pameran.

Pameran yang dimaksud meliputi, Blitar Jadoel, *Indonesian Sharia Economic Festival* (ISEF) di Surabaya, pameran Inacraft dan Pekan

Raya Jakarta (PRJ). Dengan demikian, Ibu Elis tetap menjadi sosok perempuan yang suka berbagi akan keahlian yang dimilikinya. Dalam berbagai kesempatan, Ibu Elis tidak segan untuk menyalurkan ilmunya kepada sesama perempuan yang dianggap butuh. Bahkan beliau sering mengadakan *workshop* di berbagai tempat mulai dari sekarisedenan kediri hingga di surabaya dan Jakarta.

Pada masa pandemi ini aktivitas *workshop* dilakukan dirumah dengan metode zoom. Terkadang juga dilakukan di halaman rumah namun, peserta yang mengikuti terbatas. Maksimal 10 orang dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah. Dulu, sebelum adanya pandemi kain shibori dan kain ecoprint juga ikut tampil sebagai pagelaran di acara HUT Kabupaten Tulungagung.

b. Visi dan Misi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung

Visi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu:

- 1) Menjadikan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadi salah satu *trendsetter* produk *fashion* dan *craft* yang berkualitas kompetitif, dan diterima oleh pasar domestik dan internasional.
- 2) Menjadikan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadi wadah inspiratif wanita agar lebih maju, menguasai *skill*, kreatif, inovatif dibidang *fashion*.

Misi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu:

- 1) Menciptakan produk *fashion* dan *craft* serta turunannya agar senantiasa kompatibel dengan *trend mode*.

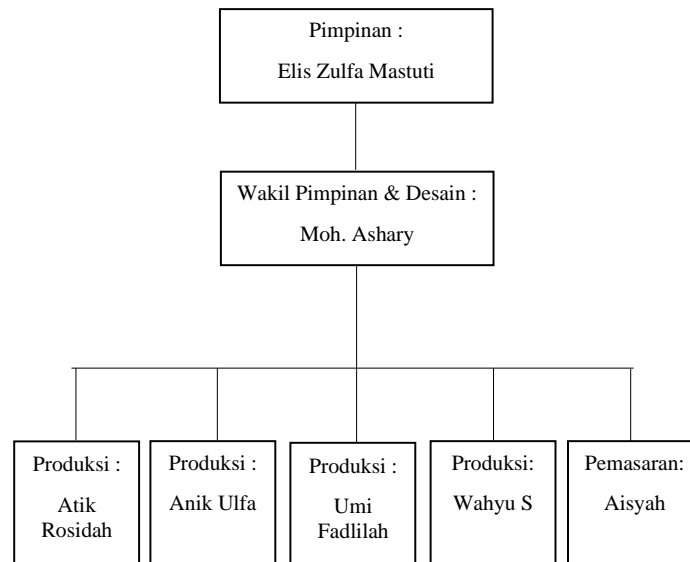
- 2) Mengajak dan memotivasi para wanita mengembangkan kemampuan *skill*. Minat dibidang *fashion* dengan lebih kreatif, produktif sehingga mampu menciptakan ragam produk *fashion*.
- 3) Menjalin kerjasama dan kolaborasi dengan profesional dan lembaga yang kompeten dibidang *fashion* baik dalam hal produksi, pemasaran/ promosi, pembinaan atau pelatihan.

3. Struktur Organisasi

Suatu organisasi adalah perkumpulan atau wadah bagi sekelompok orang yang bekerjasama dengan terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi bertujuan untuk merealisasikan keinginan atau harapan serta cita-cita bersama para anggota organisasi. Setiap anggota organisasi memiliki tanggung jawab sesuai tugas yang diberikan pemimpin organisasi sehingga di dalam organisasi dibentuklah suatu struktur organisasi.

Struktur organisasi berfungsi sebagai suatu penjelasan setiap fungsi serta hubungan antar bagian dalam sebuah perusahaan. Sehingga akan terlihat jelas siapa yang bertanggung jawab atas sebuah pekerjaan dalam suatu bidang. Oleh karena itu, struktur organisasi dibutuhkan dalam suatu perusahaan baik perusahaan besar ataupun kecil. Berikut struktur organisasi pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung



4. Data Informasi

Setelah peneliti berkunjung ke tempat objek penelitian yaitu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yang terletak di Dusun Tambakkembang, RT/ RW. 003/ 002, Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung serta melakukan wawancara kepada pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Setelah itu, dilanjutkan dengan peneliti mulai mencari informasi terkait konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung untuk dijadikan informan. Berikut data informan:

a. Nama : Elis Zulfa Mastuti

Status Pekerjaan: Pemilik Usaha El Hijaaz Boutique Kabupaten
Tulungagung

Alamat : Dusun Tambakkembang, RT/ RW. 003/ 002, Desa
Tambakrejo, Kecamatan Sumbergempol,
Kabupaten Tulungagung

Agama : Islam

b. Nama : Aisyah

Status Pekerjaan: Pemasaran (El Hijaaz Boutique Kabupaten
Tulungagung)

Alamat : Dusun Tanjung, RT/ RW. , Desa Sambijajar,
Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten
Tulungagung

Agama : Islam

c. Nama : Naja

Status Pekerjaan: Reseller (El Hijaaz Boutique Kabupaten
Tulungagung)

Alamat : Dusun Tanjung, RT/ RW. , Desa Sambijajar,
Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten
Tulungagung

Agama : Islam

d. Nama : Nur Kholifah

Status Pekerjaan: Konsumen (El Hijaaz Boutique Kabupaten
Tulungagung)

Alamat : Dusun Jati, RT/ RW. 003/ 001, Desa Bendiljati
Kulon, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten
Tulungagung.
Agama : Islam

B. Temuan Penelitian

Dalam paparan data yang akan memberikan sebuah gambaran umum dari adanya pengumpulan data dilapangan. Dapat dibahas mengenai strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dari penelitian yang sudah dilaksanakan maka diperoleh jawaban dari pertanyaan kepada Pihak pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, Karyawan bidang pemasaran El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, Reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dan Konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Pada temuan hasil penelitian ini telah disajikan oleh penulis dengan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Pada saat ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam pemasarannya mengambil strategi bauran pemasaran 7P. Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten

Tulungagung yaitu Ibu Elis Zulfa Mastuti pada saat wawancara dengan peneliti. Ibu Elis Zulfa Mastuti mengatakan:

“Jadi saat ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menerapkan strategi bauran pemasaran 7P dengan tujuan untuk meningkatkan omzet penjualan. Strategi bauran pemasaran 7P yang digunakan meliputi mulai dari product, price, place, promotion, people, physical Evidence, process semua diperhatikan dan diupayakan untuk memenuhi standart yang diinginkan para konsumen.”¹

Hal tersebut juga dikuatkan dengan pernyataan Mbak Aisyah selaku bagian pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Iya memang benar kami disini menerapkan strategi bauran pemasaran 7P dengan harapan dapat meningkatkan omzet penjualan dengan begitu perusahaan akan mudah berkembang dan membuka lapangan pekerjaan sehingga nantinya angka pengangguran di daerah Kabupaten Tulungagung akan menurun terutamanya didaerah sekitar Desa Tambakrejo”²

Selain pernyataan dari Ibu Elis Zulfa Mastuti dan juga Mbak Aisya, strategi bauran pemasaran 7P yang digunakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga dikuatkan dengan pernyataan dari Mbak Naja selaku reseller di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Mbak Naja menjelaskan sebagai berikut:

“Benar. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memilih strategi pemasaran yang sangat tepat dalam meningkatkan omzet penjualan. Karena strategi bauran pemasaran 7P ini merupakan strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung saat ini.”³

¹ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.00 WIB

² Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.13 WIB

³ Wawancara dengan Mbak Naja, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.15 WIB

Dari hasil penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa jenis strategi yang dipilih oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu strategi bauran pemasaran dengan variabel 7P (*product, price, place, promotion, people, physical Evidence, process*) yang semuanya berusaha diterapkan dengan tujuan meningkatkan omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. .

- a. *Product*, merupakan strategi bauran pemasaran 7P. Pengertian dari *product* yaitu barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Dalam strategi bauran pemasaran *product* merupakan unsur yang sangat penting karena dapat mempengaruhi omzet penjualan. Selanjutnya, muncul pertanyaan baru “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *product* (produk) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”.

Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *product* atau produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengupayakan yang terbaik serta melewati beberapa tahap penelitian supaya produk yang dihasilkan baik dan terjamin kualitasnya. Dengan begitu para konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung membuat produk yang berbeda dari perusahaan lain. Saya mengamati begitu banyak masyarakat di Kabupaten Tulungagung yang bergerak di bidang industri ataupun konveksi.

Banyak dari mereka berkreasi dengan gambar dan kain. Saya mengamati kain batik dengan motif yang sangat beragam. Dari keberagaman motif muncullah ide untuk berkreasi juga diatas kain putih. Jika batik menggunakan lengkak-lengkok garis yang membentuk suatu gambar dan memiliki arti tersendiri. Saya membuat kreasi baru di atas kain putih dengan memanfaatkan limbah alam sekitar. Sehingga terciptalah suatu produk bernama kain ecoprint.

Dengan cara menempel limbah tersebut dengan susunan yang terlihat pantas lalu limbah dicelupkan pada warna yang beragam lalu

ditempel lagi di kain putih tersebut begitu seterusnya. Supaya warna kain menempel dengan sempurna saya memanfaatkan cahaya sinar matahari namun bila musim hujan datang kain tersebut cukup di taruh di tempat yang lumayan redup dan setelah itu diangin-anginkan. Selain kain ecoprint saya juga membuat kain yang bernama shibori. Namun kain shibori juga banyak di produksi oleh perusahaan lain.

Kain shibori lebih cenderung ke aplikasian warna. Meskipun begitu setiap perusahaan akan memiliki corak warna yang berbeda. Sehingga memiliki ciri khas setiap produsennya. Tak hanya itu kami juga menerima jahitan dari konsumen. Semisal ingin sekalian dijadikan gamis ataupun baju. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga menyediakan produk jasa tersebut.

Dengan begitu saya berharap karya El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat diterima dengan baik dikalangan masyarakat serta juga bermanfaat bagi masyarakat dan dapat diminati dari semua kalangan masyarakat khususnya di Kabupaten Tulungagung ataupun sekitarnya. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan.”⁴

Hal senada juga dikuatkan dari pernyataan Mbak Aisyah selaku bagian pemasaran di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Sebagai karyawan disini, kami juga mendukung produk yang diciptakan Ibu Elis. Karena produk sangat bagus dari corak warna ataupun bentuk gambar yang berasal dari limbah alam. Terkadang kami juga diberikan kesempatan oleh Ibu untuk mencoba membuatnya. Kalau kain shibori itu kita mengamplifikasikan warna sesuai dengan selera pembuat. Tapi, hal tersebut hanya terjadi pada saat kami benar-benar memiliki waktu longgar saja karena kami pun juga sibuk dengan tugas kami masing-masing.”⁵

Hal serupa juga dikuatkan dengan pernyataan dari Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

”Bagi kami konsumen, produk dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memang sangat unik dan menarik. Mereka membuat produk yang berbeda dari perusahaan lain pembuatannya pun juga sangat teliti. Pemilihan warna juga sangat rapi. Selain itu saya pribadi

⁴ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.15 WIB

⁵ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.35 WIB

sangat pede memakai produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung karena belum banyak juga yang memiliki produk jenis ecoprint ini. Meskipun jika ada itupun juga akan berbeda corak.

Koleksi di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sangat beragam motif serta warna yang mereka ciptakan sangat cocok dengan susunan gambar yang berada diatas kain putih. Mereka menciptakan produk yang berbeda-beda motifnya. Maka dari itu saya sangat nyaman memakainya. Tak hanya itu dari kain shibori pun juga tak kalah dengan perusahaan lain. Di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung kain shibori memiliki bahan yang lembut serta nyaman digunakan corak warnanya pun tak kalah dengan perusahaan lain. Di galeri El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung kain shibori yang diciptakan memiliki gradasi warna yang sangat bagus serta nyaman dan pantas jika dipandang tidak terlalu anjlok persatuan warnanya istilahnya masih senada.”⁶

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *product* yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu dengan pemilihan produk yang berbeda dari perusahaan lain. Dengan mengupayakan bahan produk terbaik dan melewati beberapa tahap penelitian. Dengan harapan produk yang dihasilkan baik serta terjamin kualitasnya dengan begitu para konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri.

Dalam perspektif ekonomi Islam produk yang ditawarkan perusahaan harus memiliki kualitas yang baik serta harus sesuai dengan perjanjian. Dalam sisi produk, Islam sangat bersikap idealis dan bersifat baku. Kriteria dari suatu produk yang dihasilkan harus memenuhi kriteria halal dan baik. Dengan demikian produk yang dihasilkan dapat terjamin kualitasnya sehingga dapat menarik minat

⁶ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.40 WIB

beli konsumen dan omzet penjualannya pun juga akan ikut meningkat.

- b. *Price*, merupakan strategi bauran pemasaran 7P yang kedua. Pengertian dari *Price* atau bisa di sebut juga dengan harga yaitu, suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang ataupun jasa. Sehingga pada wawancara ini muncullah pertanyaan baru pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *price* (harga) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

”Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel price (harga) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menetapkan harga berdasarkan total biaya produksi dan keuntungan yang masih wajar sehingga harga yang ditetapkan masih terjangkau oleh konsumen. Dengan demikian minat beli konsumen akan naik sehingga diharapkan omzet penjualan juga ikut meningkat.”⁷

Hal senada juga dikuatkan dengan pernyataan Mbak Aisyah selaku bagian pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan pernyataan sebagai berikut:

“Memang benar mbak, meskipun harga produk masih terjangkau kami dari pihak El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga terkadang masih mengadakan diskon pada hari tertentu serta diskon juga terjadi pada produk tertentu. Dengan tujuan untuk menarik minat beli konsumen.”⁸

⁷ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.45 WIB

⁸ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.47 WIB

Hal serupa juga dikuatkan dari pernyataan Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Kalau menurut saya pribadi harga produk yang diberikan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih terjangkau ya mbak. Karena menurut saya dengan harga segitu dan kualitas seperti itu sangatlah baik. Tidak rugi jika dibuat untuk jangka panjang.”⁹

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *price* yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih terjangkau di kalangan masyarakat. Selain itu, harga yang ditetapkan diambil dari total biaya produksi dengan pengambilan keuntungan yang masih wajar. Dengan begitu minat beli konsumen diharapkan akan meningkat serta omzet penjualan pun juga ikut meningkat.

Dalam perspektif ekonomi Islam, Harga yang ditentukan tidak diperbolehkan melewati batas harus adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Serta harga yang ditentukan perusahaan harus sesuai dengan kualitas. Fungsi adanya harga yaitu untuk mengatur distribusi dari barang dan jasa. Hal ini karena manusia pada dasarnya ingin memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya secara sempurna. Selain itu, harga juga berfungsi untuk mewujudkan keseimbangan (*balance*) antara tingkat produksi serta konsumsi.

⁹ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.50 WIB

- c. *Place*, merupakan strategi bauran pemasaran 7P yang ketiga. *Place* atau tempat yaitu, titik awal memilih saluran yang efektif dalam perluasan pasar serta penentuan sasaran pasar yang akan dituju. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *place* (tempat) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *place* (tempat) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung saat ini masih mengalami kendala dikarenakan ada masalah internal yang mengharuskan saya untuk stay dirumah. Namun saat ini saya juga menitipkan produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung di Crown Victoria Hotel dengan tujuan supaya wisatawan ataupun pebisnis dapat mengenal produk dari kabupaten Tulungagung. Sehingga omzet penjualan kami juga ikut meningkat. Selain itu, Dengan adanya kendala tempat sebisa mungkin saya memaksimalkan variabel promotion dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK ataupun dengan pelayanan serta kualitas yang baik.”¹⁰

Hal senada juga dikuatkan dengan pernyataan Mbak Aisyah selaku bagian pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan pernyataan sebagai berikut:

“Dengan adanya kendala tempat, terkadang jika konsumen ingin datang kami siap memberikan share lokasi untuk memudahkan konsumen menuju El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Selain itu di instagram kami memberikan denah tempat. Tak hanya itu kami juga melayani konsumen dengan pengiriman barang menggunakan kurir sehingga konsumen tak perlu repot-repot jauh-jauh pergi kesini untuk membeli.

Untuk produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yang ada di Crown Victoria Hotel kami menggantinya terkadang 2 bulan sekali.

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.00 WIB

Jika produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung diminati konsumen pihak hotel akan mengabari kami. Untuk keuangannya diberikan disaat kami kesana pada waktu penggantian produk lama yang diganti baru.”¹¹

Hal serupa juga dikuatkan dengan pernyataan dari Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan pernyataan sebagai berikut:

“memang dengan adanya alamat dan juga share lokasi sangat memudahkan saya menuju tempat El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.”¹²

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *place* (tempat) yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih mengalami kendala. Dengan mengatasi kendala tersebut Ibu Elis Zulfa Mastuti menaruh produknya disalah satu tempat penginapan yang cukup banyak di kunjungi oleh pebisnis ataupun wisatawan yaitu berada di Crown Victoria Hotel.

Selain itu, Ibu Elis Zulfa Mastuti memaksimalkan variabel *promotion* pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dengan memberi pelayanan yang baik serta memberikan denah lokasi pada konsumennya diharapkan dengan adanya upaya ini omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung akan meningkat.

d. *Promotion*, merupakan strategi bauran pemasaran 7P yang keempat.

Promotion atau promosi yaitu cara suatu perusahaan dalam

¹¹ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.03 WIB

¹² Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.05 WIB

mengenalkan produknya ke masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan mempengaruhi konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *promotion* (promosi) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

”Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *promotion* (*promosi*) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu dengan memanfaatkan promosi menggunakan kemajuan IPTEK seperti dari instagram, market place, watshap dll. Memang benar saya merasakan dengan pemanfaatan kemajuan IPTEK produk saya lebih dikenal oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Namun, juga harus pintar-pintar dan kebal menghadapi orang baru.

Dulu pernah hampir terkena penipuan dari instagram ada orang yang mau beli dan menyerahkan bukti transfer tapi, setelah saya cek disaldo mbanking saya ternyata hanya abal-abal kadang juga beralasan yang macam-macam juga. Tapi, ya tidak apa-apa. Semoga orang seperti itu cepat tobat. Kasian sama korbannya. Ya begitulah mbak dunia bisnis itu.”¹³

Hal senada juga dikuatkan dengan pernyataan dari Mbak Naja selaku reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dengan pernyataan sebagai berikut:

“Ya benar mbak. Kita harus telaten dan juga sabar dalam menghadapi konsumen. Tapi, banyak juga yang bersifat baik dan sabar serta pengertian. Jika terkadang respon yang di berikan lama. Tak semuanya konsumen itu hanya abal-abal saja banyak juga konsumen yang memang benar-benar mau beli produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.”¹⁴

¹³ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.52 WIB

¹⁴ Wawancara dengan Mbak Naja, reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.55 WIB

Hal serupa juga dikuatkan dengan pernyataan dari Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan pernyataan sebagai berikut:

“Kalau saya tahu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung itu dari anak saya. Lalu saya di suruh melihat di instagram, terus ada salah satu produk kain yang memiliki corak bagus. Sehingga saya kesini membelinya. Lumayanlah tempat saya dari sini tidak terlalu jauh.”¹⁵

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *promotion* (promosi) yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK dengan menggunakan instagram, *market place*, watshap. Sehingga lebih mudah dalam mengenalkan produk ke masyarakat luas.

Dalam prespektif ekonomi islam promosi yaitu komunikasi kepada calon pembeli untuk mengenal produk lebih spesifik. Strategi promosi yang dilakukan pengusaha ataupun karyawan sebaiknya berperilaku baik, cerdas, transparan, rendah hati serta melayani konsumen dengan baik.

- e. *People* (Orang) merupakan strategi bauran pemasaran 7P yang ke lima. *People* (orang) yaitu orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyedia produk. Bauran pemasaran *people*, berhubungan dengan perencanaan sumber daya, job specification, job

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 10.57 WIB

description, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *people* (orang) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *people* (orang) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih menerapkan persyaratan yang wajar. Saat ini banyak pemuda yang mengambil pekerjaan dari hobinya. Namun, saya juga harus teliti dalam memilih dan menentukannya. Karena majunya sebuah perusahaan itu juga tergantung dari sumber daya manusianya.

Maka dari itu sumber daya manusia yang dibutuhkan yaitu memiliki tanggung jawab, kemampuan di bidangnya serta attitude yang baik lebih diutamakan. Diharapkan dapat memberikan hasil yang maksimal terutama dalam pelayanan bagi konsumen. Sehingga konsumen akan merasa nyaman, dengan begitu diharapkan minat beli konsumen pada produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung semakin meningkat. Dengan begitu omzet penjualan kami akan naik.”¹⁶

Hal senada juga dikuatkan dengan pernyataan dari Mbak Naja selaku reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dengan pernyataan sebagai berikut:

“Ya memang benar. Semakin berkualitasnya sumber daya manusia maka pekerjaan pun cepat selesai sehingga pelayanan terhadap konsumen pun juga akan semakin mudah ”¹⁷

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.07 WIB

¹⁷ Wawancara dengan Mbak Naja, reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.08 WIB

Hal serupa juga dikuatkan dengan pernyataan dari Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan pernyataan sebagai berikut:

“Benar yang dikatakan mbk naja. Saya sebagai konsumen sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Selain lingkungan yang nyaman pelayanannya juga sangat ramah dan sabar”¹⁸

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *people* (orang) yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memberikan spesifikasi yang masih wajar-wajar saja dengan perusahaan lain serta karyawan yang sudah ada saat ini memberikan pelayanan yang baik. Orang yang dimaksud yaitu karyawan, serta orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyedia produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Variabel *people* (orang) juga berperan penting dalam menentukan kemajuan sebuah perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Karena *people* (orang) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran, kinerja perusahaan akan didukung oleh sumber daya manusia yang unggul sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal terutama bagi konsumen.

- f. *Physical Evidance* (lingkungan fisik), merupakan strategi pemasaran 7P yang ke enam. *Physical Evidance* (lingkungan fisik) yaitu suatu

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, Konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.09 WIB

keadaan atau kondisi perusahaan yang di dalamnya merupakan tempat transaksi jual beli, negoisasi produk yang dihasilkan perusahaan. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *physical evidence* (lingkungan fisik) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *physical evidence* (lingkungan fisik) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga memperhatikan suasana agar tetap nyaman. Mulai dari perabotan, kebersihan sekitar dan manusianya meskipun dilakukan dilingkungan rumah namun dibuat senyaman mungkin supaya konsumen dapat menikmati dalam melihat lihat produk yang ada di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.”¹⁹

Hal senada juga dikuatkan dengan ungkapan oleh Mbak Aisyah selaku karyawan bagian pemasaran dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Ya memang benar. Sebaik mungkin kita rawat dan kita jaga lingkungan sekitar. Tak hanya itu di sini kami juga melalukan pergantian produk maupun desainnya setiap 2 bulan sekali. Fungsinya supaya para konsumen tidak bosan dengan koleksi yang kami tunjukkan. Diharapkan dengan adanya pergantian desain produk dapat menarik lagi minat beli konsumen. Dengan demikian penjualan kami akan terus berjalan omzet penjualan menjadi meningkat”²⁰

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.10 WIB

²⁰ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.13 WIB

Hal serupa juga dikuatkan dengan ungkapan Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Benar sekali. Meskipun tempatnya berada di lingkungan rumah suasananya sama seperti ada di store juga bahkan disini lebih sejuk udaranya masih sejuk alami tidak terlalu bising juga. Polusi udaranya juga tidak ada. Pemandangan persawahan dan kolam ikan semakin menambah kesejukan lingkungan sekitar. Sehingga saya melihat koleksi di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga semakin nyaman.”²¹

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *physical evidence* (lingkungan fisik) yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu dengan tetap memperhatikan kebersihan, tata letak perabotan maupun produk serta mendesain sekitar rumah menjadi sebuah store yang masih mengedepankan kenyamanan konsumen dalam memilih produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Lingkungan fisik merupakan suatu keadaan maupun kondisi perusahaan yang di dalamnya meliputi tempat transaksi jual beli, negoisasi, produk yang dihasilkan perusahaan. Desain interior yang terkesan berantakan tentu akan membuat konsumen merasa agak sedikit tidak nyaman dengan keadaan diperusahaan tersebut. Bangunan harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan,

²¹ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.15 WIB

sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung serta dapat memberikan nilai tambah.

- g. *Process* (proses), merupakan strategi bauran pemasaran 7P yang ke tujuh. *Process* (proses) termasuk kegiatan *marketing* yang ditunjukkan kepada konsumen bagaimana pelayanan yang diberikan selama pembelian produk. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung “Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *process* (proses) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Elhijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk penerapan strategi bauran pemasaran pada variabel *process* (*proses*) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memberikan produk dengan kualitas tinggi. Selain itu kami dalam proses pembuatan masih menggunakan sinar matahari untuk proses pengeringan. Dengan tujuan untuk memberikan kesan alami dan natural pada produk. Hal tersebut dilakukan pada produk ecoprint serta kain shibori.

Untuk desainnya masih saya sendiri yang membuat. Warnanya pun juga masih saya yang menentukan warnanya. Pewarnaan menggunakan bahan alami. Dengan tujuan untuk mempertahankan kesan natural. Namun, jika untuk shibori seluruhnya dikerjakan oleh bagian produksi. Untuk proses pembuatan dilakukan mulai dari jam 07.00 WIB jika ada pesanan. Namun, jika tidak ada pesanan produksi dilakukan mulai jam 09.00 WIB.

Selain itu kami juga menyediakan ruang pembelajaran kepada konsumen jika ingin belajar membuat produk kain ecoprint ataupun shibori dengan corak yang diinginkan para konsumen. Tak hanya itu kami juga membuka pelatihan bagi masyarakat. Diharapkan dengan strategi ini produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung lebih diminati para konsumen sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.²²

²² Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.15 WIB

Hal senada juga dikuatkan dengan ungkapan oleh Mbak Aisyah selaku karyawan bagian pemasaran dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Memang benar, kami masih menggunakan proses secara manual dengan memperhatikan kualitas hasil yang diciptakan. Hal ini yang dapat membedakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dengan industri lain”²³

Hal serupa juga dikuatkan dengan ungkapan Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Benar yang dikatakan oleh ibu Elis dan mbak Aisyah dengan hal tersebut, saya merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung karena produk sangat berkualitas dan pewarnaannya pun sangat bagus. Warna yang diberikan pada kain membuat tampilan pemakainya elegan. Selain itu, desain serta warnanya sangat berkesinambungan sehingga sangat nyaman dipandang. Serta cocok digunakan dalam situasi apapun”²⁴

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa variabel *process* (proses) yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu masih menggunakan proses manual. Dengan pemanfaatan panas sinar matahari untuk proses pembuatannya. Proses desain serta penentuan warna pada kain ecporint dilakukan oleh pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Namun, proses pembuatan kain shibori sudah dilakukan oleh bagian produksi. Proses

²³ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.17 WIB

²⁴ Wawancara dengan Ibu Elis Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.18 WIB

produksi dilakukan mulai dari jam 09.00 WIB. Jika ada pesanan, proses dilakukan mulai dari jam 07-00 WIB.

Selain itu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sangat memperhatikan kualitas produk. Pewarnaan yang digunakan menggunakan bahan alami. Dengan tujuan untuk mempertahankan kesan alami dan natural pada produk yang dihasilkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Proses juga merupakan kegiatan *marketing* yang ditunjukkan kepada konsumen bagaimana pelayanan yang diberikan selama pembelian produk. Pelayanan yang dibutuhkan konsumen seperti keramahan serta kecekatan saat melayani..

2. Dampak yang ditimbulkan saat penerapan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Pada dasarnya dalam penerapan strategi bauran pemasaran ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menemui beberapa dampak. Setiap keputusan maupun ide-ide yang diambil oleh perusahaan memiliki dampak positif ataupun dampak negatif. Dampak dapat diartikan sebagai akibat ataupun pengaruh.

- a. Dampak positif, merupakan pengaruh setelah menerapkan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung “Bagaimana dampak positif yang ditimbulkan saat menerapkan strategi bauran pemasaran dalam

meningkatkan omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Kemudian Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjawab sebagai berikut:

“Untuk dampak positif dari penerapan strategi bauran pemasaran yaitu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung semakin dikenal masyarakat. Produk-produk yang kami miliki juga diterima baik oleh masyarakat dikarenakan kami mempunyai produk yang berbeda dari yang lain sehingga minat beli mereka pun meningkat. Ini mengakibatkan omzet penjualan kami pun juga ikut meningkat sehingga kami membutuhkan tambahan tenaga kerja.

Disinilah dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat dan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Seperti, menyerap tenaga kerja baru atau bisa disebut juga membuka lapangan pekerjaan, serta dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia diharapkan dengan adanya El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masyarakat dapat membantu perekonomian mereka. Dengan begitu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan tersendiri.

Dengan demikian omzet penjualan semakin meningkat. Selain itu, Dengan penerapan strategi bauran pemasaran El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Selain itu, Dengan penerapan strategi bauran pemasaran El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.”²⁵

Hal senada juga dikuatkan dengan ungkapan oleh Mbak Aisyah selaku karyawan bagian pemasaran El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Memang benar dampak positif sangat terasa untuk kemajuan hidup kami. Dengan penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung kami dapat meningkatkan pendapatan, tidak pengangguran. Setiap bulannya kami digaji Rp. 1.200.000. Dulu sebelum kami bekerja di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung penghasilan kami perbulannya kurang lebih Rp. 500.000.

²⁵ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.19 WIB

Semakin majunya suatu bisnis maka akan berdampak baik pula pada orang yang terkait didalamnya, sama-sama menguntungkan. Selain itu, Ibu Elis Zulfa Mastuti juga memberikan ilmu-ilmu serta pengalaman baru dengan mengadakan pelatihan. Sehingga menjadikan kami mempunyai ketrampilan serta dapat membantu Ibu Elis Zulfa Mastuti dalam memenuhi produk serta permintaan konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”²⁶

Hal serupa juga dikuatkan dengan ungkapan Mbak Naja selaku reseller di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Bagi saya sebagai reseller dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dampak positif sangat terasa. Saya menjadi mempunyai pendapatan dengan menjual barang dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Saya mengambil keuntungan dari setiap produk mulai dari Rp. 5.000 hingga Rp. 10.000. Selain itu, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga memberikan harga khusus kepada saya sebagai reseller.”²⁷

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa dampak positif dalam penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga omzet penjualan meningkat. Dapat dilihat dari tabel penghasilan berikut ini.

Tabel 4.1
Data penjualan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung

Tahun	2018	2019	2020
Penjualan	Rp. 120.000.000	Rp. 180.000.000	Rp. 225.000.000

Sumber: El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung

²⁶ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.23 WIB

²⁷ Wawancara dengan Mbak Naja, reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.25 WIB

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung belum menerapkan strategi bauran pemasaran 7P sehingga omzet penjualan yang diperoleh hanya Rp. 120.000.000 per tahun. Sedangkan pada tahun 2019 El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sudah mulai menerapkan strategi bauran pemasaran 7P sehingga omzet penjualan sebesar Rp. 180.000.000 per tahun. Pada tahun 2020 omzet penjualan pun meningkat sebesar Rp. 225.000.000 per tahunnya. Untuk perhitungan persentasenya yaitu:

Peningkatan tahun 2018 ke tahun 2019

$$= \text{Rp. } 180.000.000 - \text{Rp. } 120.000.000$$

$$= \text{Rp. } 60.000.000$$

$$= \frac{\text{Rp. } 60.000.000}{\text{Rp. } 120.000.000} \times 100\%$$

$$= 50\%$$

Peningkatan tahun 2019 ke tahun 2020

$$= \text{Rp. } 225.000.000 - \text{Rp. } 180.000.000$$

$$= \text{Rp. } 45.000.000$$

$$= \frac{\text{Rp. } 45.000.000}{\text{Rp. } 180.000.000} \times 100\%$$

$$= 25\%$$

Jadi, dalam hitungan persen omzet penjualan meningkat mencapai 25% hingga 50%.

Hal tersebut membuktikan bahwa strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mampu meningkatkan omzet penjualan per tahunnya. Selain itu dampak positif yang terjadi yaitu mengurangi angka pengangguran. Dengan penyerapan tenaga kerja baru dapat mengurangi angka pengangguran sehingga angka pengangguran pun menurun khususnya di daerah Desa Tambakrejo.

Selain itu juga meningkatkan pendapatan reseller serta meningkatkan pendapatan karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dulu sebelum bekerja di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung pendapatan karyawan hanya Rp. 500.000. Untuk saat ini pendapatan mereka meningkat. Setiap bulannya mereka digaji El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebesar Rp. 1.200.000.

Untuk reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mereka mengambil keuntungan mulai dari Rp. 5.000 sampai Rp. 10.000 per item. Sehingga pendapatannya juga meningkat. Hal ini sesuai dengan perspektif islam bahwa setiap bisnis yang dijalankan harus saling memberikan manfaat antar sesama umat islam baik dari pemilik usaha, karyawan, hingga konsumen. Selain dampak positif penerapan strategi pemasaran yang dirasakan tentunya juga ada dampak negatif yang dirasakan.

- b. Dampak negatif, merupakan akibat setelah menerapkan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung “Bagaimana dampak negatif yang ditimbulkan saat menerapkan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung”. Kemudian Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk dampak negatif dari penerapan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung hampir tidak ada. Namun untuk konsumen dan karyawan mengakibatkan peningkatan pola hidup masyarakat baik dari konsumen ataupun karyawan yang bekerja di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Konsumen yang datang ditempat kami tak hanya dari Kabupaten Tulungagung bahkan dari luar Kabupaten Tulungagung pun juga ada. Sehingga kami pun dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung harus dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dengan demikian omzet penjualan akan meningkat dan pendapatan tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung pun juga ikut meningkat.”²⁸

Hal senada juga dikuatkan dengan ungkapan dari Mbak Aisyah selaku karyawan bagian pemasaran di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Memang benar hal yang dikatakan Ibu Elis Zulfa Mastuti. Konsumen selalu memburu koleksi terbaru kami mereka mengetahuinya dari instagram ataupun whatsapp. Konsumen yang datang pun tak hanya dari Kabupaten Tulungagung banyak juga dari luar Kabupaten Tulungagung. Meskipun koleksi dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sudah banyak yang mereka miliki minat beli koleksi baru pun tak pernah surut. Hasrat ingin memiliki pun selalu ada.

Hal tersebut yang menjadikan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung harus dapat memberikan koleksi-koleksi baru sesuai dengan trend saat itu dikalangan masyarakat. Dengan demikian omzet penjualan akan meningkat serta pendapatan kami pun juga ikut meningkat.

²⁸ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.28 WIB

Dengan peningkatan pendapatan yang kami rasakan menjadikan kami dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari bahkan tak jarang pula kami membeli barang-barang yang kurang bermanfaat sehingga pengeluaran kami juga ikut meningkat. Tak hanya dari konsumen saja yang mengalami peningkatan pola hidup kami pun juga mengalami peningkatan pola hidup.”²⁹

Hal serupa juga dikuatkan dengan ungkapan dari Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Memang benar apa yang dikatakan oleh Ibu Elis dan Mbak Aisyah saya sendiri merasakannya minat saya membeli koleksi produk dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung semakin meningkat walaupun koleksi saya dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sudah banyak. Namun, jika ada produk baru yang belum saya miliki selalu saja rasa ingin memilikinya pun selalu ada. Biasanya saya melihat dari postingan status whatsapp Ibu Elis Zulfa Mastuti. Dan saya pun tertarik untuk membelinya. Dengan demikian mengakibatkan pola hidup saya semakin meningkat. Pengeluaran yang semakin tinggi jika dibanding dengan tahun-tahun sebelum saya mengenal produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.”³⁰

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa dampak negatif dalam penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengakibatkan adanya pola hidup masyarakat yang semakin meningkat. Tak hanya terjadi dari pihak konsumen melainkan terjadi juga pada tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan meningkatnya pola hidup konsumen, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung harus dapat memberikan koleksi-koleksi

²⁹ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.30 WIB

³⁰ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.33 WIB

baru sesuai dengan trend saat itu dikalangan masyarakat. Dengan demikian omzet penjualan akan meningkat serta pendapatan tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga ikut meningkat.

Dengan peningkatan pendapatan yang dirasakan tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadikan mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari bahkan tak jarang pula mereka membeli barang-barang yang kurang bermanfaat. Sehingga pengeluaran mereka juga ikut meningkat. Tak hanya dari konsumen saja yang mengalami peningkatan pola hidup tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga mengalami peningkatan pola hidup.

3. Kendala yang ditemui saat penerapan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Pada dasarnya dalam penerapan strategi bauran pemasaran ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menemui beberapa kendala. Kendala adalah halangan ataupun rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi ataupun mencegah sasaran. Kendala terbagi menjadi dua baik kendala internal ataupun kendala eksternal.

- a. Kendala internal merupakan halangan ataupun rintangan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung “Apa saja kendala

internal yang dihadapi El Hijaaz Bouutique Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi bauran pemasaran serta bagaimana upaya untuk mengatasinya”. Kemudian Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk saat ini kendala internal yang dihadapi El Hijaaz Bouutique Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu pada tempat atau lokasi perusahaan. Saya rasa tempat El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung kurang begitu strategis berbeda dengan boutique-boutique pada umumnya yang berada di tempat serta daerah-daerah perkotaan ataupun minimal di dekat jalan raya.

Sedangkan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung hanya berada di gang daerah pedesaan. Sehingga mengakibatkan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung kurang diketahui dan dikenal oleh masyarakat. Untuk mengatasi kendala ini saya memaksimalkan variabel promosi dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK.

Dengan begitu diharapkan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat dikenal oleh masyarakat luas serta produk yang kami ciptakan dapat diminati masyarakat serta dapat bermanfaat bagi konsumen. Selain itu kendala yang dihadapi yaitu terjadi pada tenaga kerja yang terkadang izin untuk tidak bekerja. Untuk mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memperbarui tata tertib yang ada dengan pemberian sanksi kepada karyawan yang keluar dari batas peraturan yang kami tentukan.”³¹

Hal senada juga dikuatkan dengan ungkapan dari Mbak Aisyah selaku karyawan bagian pemasaran di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Ya memang benar apa yang dikatakan Ibu Elis Zulfa. Kendala yang El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung hadapi yaitu pada tempat. Banyak konsumen yang rumahnya didaerah sini tapi, belum mengetahui produk kami. Namun, untuk saat ini sudah lumayan berkembang masyarakat banyak yang sudah mengetahui El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung baik dari instagram ataupun dari konsumen lain. Dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK saat ini

³¹ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.35 WIB

promosi produk yang kami lakukan lebih mudah tersampaikan kepada masyarakat luas.

Tak hanya dari Kabupaten Tulungagung namun, banyak juga dari daerah luar Kabupaten Tulungagung seperti Kediri, Blitar bahkan sampai Surabaya yang sudah mengetahui tempat kami. Dari informasi yang mereka berikan mereka mengetahui tempat kami dari denah lokasi yang ada di instagram serta kami memberikan *contact person* di bio instagram El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan demikian saat ini omzet yang kami peroleh semakin meningkat jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Selain itu kendala yang kita alami yaitu terjadi pada tenaga kerja yang biasanya izin keluar tidak bekerja. Sehingga mengakibatkan tenaga kerja yang lainnya harus menyelesaikan tugas tenaga kerja tersebut. Maka dari itu kami sangat memperhatikan kualitas sumber daya manusia yang tersedia. Jika *open recrutmen* kita benar-benar hati-hati dalam memilih tenaga kerja baru. ”³²

Hal serupa juga dikuatkan dengan ungkapan dari Ibu Nur Kholifah selaku konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Memang benar yang dikatakan Ibu Elis dan Mbak Aisyah saya sebagai konsumen juga lumayan kesulitan menemukan tempat El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Namun, dengan adanya teknologi yang canggih saat ini saya memanfaatkan kemajuan IPTEK dengan menggunakan google maps untuk pencarian tlokasi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung pada saat itu.”³³

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa kendala internal yang di hadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu pada variabel tempat. Untuk saat ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih berada di halaman rumah yang berada di daerah pedesaan. Jika, dibandingkan dengan Boutique Assegaf tentunya

³² Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.37 WIB

³³ Wawancara dengan Ibu Nur Kholifah, konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.39 WIB

berbeda. Boutique Assegaf berada dipusat kota sehingga pemasaran produknya mudah dijangkau oleh masyarakat.

Namun El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga tak kalah menarik dengan Boutique Assegaf. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memiliki keunikan tersendiri seperti produk. Produk yang mereka ciptakan tentunya memiliki desain-desain unik sehingga cocok digunakan dalam acara formal ataupun acara non formal. Namun, untuk tempat masih terkendala, untuk mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memaksimalkan variabel promosi dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK.

Untuk ilegal atau tidaknya itu justru El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung merupakan Boutique legal yang memiliki NPWP serta mematuhi aturan pemerintah tentang usaha dagang. Bahkan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung bergabung dengan BI serta bergabung dengan komunitas seni Kabupaten Tulungagung yang terikat dengan dinas. Seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung.

Untuk aset yang dimiliki El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung jika dibandingkan dengan Boutique Assegaf tentunya lebih banyak Assegaf. Dilihat dari harga tanah dan ruko Boutique Assegaf yang ada dipusat Kabupaten Tulungagung. Namun, hal

tersebut tidak mempengaruhi kemajuan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 7P hasil yang diperoleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung cukup memuaskan. Omzet penjualan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung semakin meningkatkan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Selain itu kendala yang dihadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu terjadi pada tenaga kerja yang terkadang izin untuk tidak bekerja.

Untuk mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memperbaiki tata tertib yang ada dengan pemberian sanksi kepada karyawan yang keluar dari batas peraturan yang kami tentukan. Sehingga kendala internal yang dihadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung saat ini dapat teratasi dengan baik.

- b. Sedangkan kendala eksternal yaitu halangan ataupun rintangan yang terjadi diluar lingkungan perusahaan. Pada wawancara ini muncul pertanyaan untuk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung "Apa saja kendala eksternal yang dihadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi bauran pemasaran serta bagaimana upaya untuk mengatasinya". Kemudian Ibu Elis Zulfa Mastuti selaku pemilik menjelaskan sebagai berikut:

"Untuk saat ini kendala eksternal yang dihadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu kenaikan harga bahan baku serta meningkatnya pesaing baru. Terkait dengan kenaikan harga bahan baku

menyebabkan harga dari produk yang kami hasilkan juga ikut mengalami kenaikan. Namun, konsumen kami biasanya tetap meminta harga normal. Untuk mengatasi hal tersebut, maka kami akan mengurangi jumlah laba yang diterima. Sehingga kualitas yang dihasilkan akan tetap sama dan pihak konsumen pun tidak merasa dirugikan.

Selain itu kendala eksternal yang kami alami yaitu meningkatnya pesaing baru. Munculnya perusahaan baru yang memproduksi kain shibori ataupun ecoprint dengan kualitas yang baik serta harga yang lebih murah dikawatirkan akan mengalihkan perhatian konsumen sehingga ditakutkan omzet penjualan akan menurun. Untuk mengatasi hal tersebut produk yang kami ciptakan tetap mengedepankan kualitas, cirikhas serta sebisa mungkin memenuhi permintaan konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dengan tujuan supaya para konsumen tetap mempercayai El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadi salah satu pilihan fashion mereka.”³⁴

Hal senada juga dikuatkan dengan ungkapan dari Mbak Aisyah selaku karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Iya memang benar apa yang dikatakan oleh Ibu Elis Zulfa Mastuti. Sebisa mungkin kita harus tetap bisa membaca tren-tren fashion saat ini baik dari bentuk ataupun coraknya. Sehingga konsumen pun akan tetap menyukai produk yang kami ciptakan. Tak hanya itu, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga menerima jasa pembuatan baju ataupun gamis sesuai dengan model yang dipilih konsumen. Dengan demikian konsumen tak perlu repot harus bolak balik ke tempat lain cukup dengan satu tempat mereka sudah dapat memilih kain serta memilih desain yang mereka sukai.”³⁵

Hal serupa juga dikuatkan dengan ungkapan dari Mbak Naja selaku reseller di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

“Memang benar yang dikatakan oleh Ibu Elis dan Mbak Aisyah. Meskipun El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memiliki

³⁴ Wawancara dengan Ibu Elis Zulfa Mastuti, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.40 WIB

³⁵ Wawancara dengan Mbak Aisyah, karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.43 WIB

banyak pesaing, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain. Produk yang diciptakan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung tetap unggul dan banyak disukai oleh masyarakat luas. Saya rasakan sendiri pada saat mempromosikan produk dari El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung banyak para konsumen secepatnya langsung order dan menunggu koleksi baru lagi. Itu terjadi baik dari produk kain ecoprint dan kain shibori.”³⁶

Jadi, dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa kendala eksternal yang di hadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu kenaikan harga bahan baku serta meningkatnya pesaing baru. Untuk mengatasi kendala eksternal pada kenaikan bahan baku El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengambil langkah dengan pengurangan laba perusahaan dengan kualitas yang masih sama dengan sebelumnya. Dengan adanya hal tersebut konsumen tidak akan merasa dirugikan.

Selain itu kendala eksternal yang dihadapi oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu meningkatnya pesaing baru. Untuk mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung tetap mengedepankan kualitas, cirikhas serta sebisa mungkin memenuhi permintaan konsumen. Ada juga pelayanan menjahit sehingga akan lebih memudahkan konsumen dalam memenuhi koleksi fashion mereka. Dengan demikian diharapkan supaya konsumen tetap mempercayai El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadi salah satu pilihan fashion mereka.

³⁶ Wawancara dengan Mbak Naja, reseller El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 11.45 WIB

C. Analisis Data

1. Strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa jenis strategi yang dipilih oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu strategi bauran pemasaran dengan variabel 7P (*product, price, promotion, place, people, physical Evidence, process*) yang semuanya berusaha diterapkan dengan tujuan meningkatkan omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

- a. *Product* (produk) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memilih produk yang berbeda dari perusahaan lain. Dengan mengupayakan bahan produk terbaik dan melewati beberapa tahap penelitian. Dengan harapan produk yang dihasilkan baik serta terjamin kualitasnya dengan begitu para konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri.

Selain itu, dalam perspektif ekonomi islam produk yang ditawarkan perusahaan harus memiliki kualitas yang baik serta harus sesuai dengan perjanjian. Dengan demikian dapat menarik minat beli konsumen sehingga akan meningkatkan omzet penjualan.

- b. *Price* (harga) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih terjangkau dikalangan masyarakat. Selain itu, harga yang ditetapkan diambil dari total biaya produksi dengan pengambilan keuntungan

yang masih wajar. Dengan begitu minat beli konsumen diharapkan akan meningkat serta omzet penjualan pun juga ikut meningkat.

Selain itu, dalam perspektif ekonomi islam, Harga yang ditentukan tidak diperbolehkan melewati batas harus adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Serta harga yang ditentukan perusahaan harus sesuai dengan kualitas. Fungsi adanya harga yaitu untuk mengatur distribusi dari barang dan jasa. Hal ini karena manusia pada dasarnya ingin memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya secara sempurna. Selain itu, harga juga berfungsi untuk mewujudkan keseimbangan (*balance*) antara tingkat produksi serta konsumsi.

- c. *Place* (tempat) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih mengalami kendala. Dengan mengatasi kendala tersebut Ibu Elis Zulfa Mastuti menaruh produknya disalah satu tempat penginapan yang cukup banyak di kunjungi oleh pebisnis ataupun wisatawan yaitu berada di Crown Victoria Hotel.

Selain itu, Ibu Elis Zulfa Mastuti memaksimalkan variabel *promotion* pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dengan memberi pelayanan yang baik serta memberikan denah lokasi pada konsumennya diharapkan dengan adanya upaya ini omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung akan meningkat.

- d. *Promotion* (promosi) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memanfaatkan kemajuan IPTEK dengan menggunakan instagram, *market place*, watshap. Sehingga lebih mudah dalam mengenalkan

produk ke masyarakat luas. Selain itu, dalam prespektif ekonomi islam promosi merupakan komunikasi kepada calon pembeli untuk mengenal produk lebih spesifik. Strategi promosi yang dilakukan pengusaha ataupun karyawan sebaiknya berperilaku baik, cerdas, transparan, rendah hati serta melayani konsumen dengan baik.

- e. *People* (orang) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memberikan spesifikasi yang masih wajar-wajar saja dengan perusahaan lain. Orang yang dimaksud yaitu karyawan, serta orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyedia produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

People (orang) juga berperan penting dalam menentukan kemajuan sebuah perusahaan. Karena *people* (orang) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran, kinerja perusahaan akan didukung oleh sumber daya manusia yang unggul sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal terutama bagi konsumen.

- f. *Physical evidence* (lingkungan fisik) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung tetap memperhatikan kebersihan, tata letak perabotan maupun produk serta mendesain sekitar rumah menjadi sebuah store yang masih mengedepankan kenyamanan konsumen dalam memilih produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Lingkungan fisik merupakan suatu keadaan maupun kondisi perusahaan yang di dalamnya meliputi tempat transaksi jual beli, negoisasi, produk yang dihasilkan perusahaan. Desain interior harus

dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung serta dapat memberikan nilai tambah. Selain itu,

- g. *Process* (proses) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu masih menggunakan proses manual. Dengan pemanfaatan panas sinar matahari untuk proses pembuatannya.

Proses desain serta penentuan warna pada kain ecoprint dilakukan oleh pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Namun, proses pembuatan kain shibori sudah dilakukan oleh bagian produksi. Proses produksi dilakukan mulai dari jam 09.00 WIB. Jika ada pesanan, proses dilakukan mulai dari jam 07-00 WIB.

Selain itu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sangat memperhatikan kualitas produk. Pewarnaan yang digunakan menggunakan bahan alami. Dengan tujuan untuk mempertahankan kesan alami dan natural pada produk yang dihasilkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Proses juga merupakan kegiatan *marketing* yang ditunjukkan kepada konsumen bagaimana pelayanan yang diberikan selama pembelian produk. Pelayanan yang dibutuhkan konsumen seperti keramahan serta kecekatan saat melayani serta penerapan attitude yang baik.

2. Dampak yang ditimbulkan saat penerapan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Dengan diterapkannya strategi bauran pemasaran tentunya El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menemui berbagai dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi tersebut, baik dampak positif yang ditimbulkan maupun dampak negatif dari adanya penerapan strategi bauran pemasaran tersebut.

- a. Dampak positif dari penerapan strategi bauran pemasaran yaitu produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dapat dikenal oleh masyarakat serta banyak masyarakat yang minat dengan produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dengan begitu, permintaan konsumen pun meningkat serta omzet penjualan juga ikut meningkat. Dilihat dari tabel 2018 hingga 2020 omzet penjualan meningkat 25% hingga 50%. Maka dengan peningkatan permintaan konsumen El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung membutuhkan tenaga kerja baru.

Dengan demikian dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat yaitu dapat menyerap tenaga kerja baru sehingga angka pengangguran pun menurun khususnya di daerah Desa Tambakrejo. Dengan demikian, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, hal tersebut dapat dilihat dari karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Awalnya karyawan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung hanya pengangguran kemudian dengan bekerja di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadi lebih produktif, secara tidak langsung juga akan berdampak pada meningkatnya pendapatan karyawan tersebut.

Hal ini sesuai dengan perspektif islam bahwa setiap bisnis yang dijalankan harus saling memberikan manfaat antar sesama umat islam. Baik itu dari pemilik usaha, karyawan, maupun konsumennya.

- b. Dampak negatif dari penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengakibatkan adanya pola hidup masyarakat yang semakin meningkat.

Tak hanya terjadi dari pihak konsumen melainkan terjadi juga pada tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dengan meningkatnya pola hidup konsumen, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung harus dapat memberikan koleksi-koleksi baru sesuai dengan *trend* saat itu di kalangan masyarakat.

Dengan demikian omzet penjualan akan meningkat serta pendapatan tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga ikut meningkat. Dengan peningkatan pendapatan yang dirasakan tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

Sehingga menjadikan mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari bahkan tak jarang pula mereka membeli barang-barang yang

kurang bermanfaat. Sehingga pengeluaran mereka juga ikut meningkat. Tak hanya dari konsumen saja yang mengalami peningkatan pola hidup tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga mengalami peningkatan pola hidup.

3. Kendala yang ditemui saat penerapan strategi bauran pemasaran 7P pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Dengan diterapkannya strategi bauran pemasaran tentunya El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menemui berbagai kendala yang dihadapi dari penerapan strategi tersebut, baik kendala internal yang dihadapi maupun kendala eksternal yang dihadapi pada saat penerapan strategi bauran pemasaran tersebut.

- a. kendala internal yang di temui oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu pada variabel tempat. Untuk saat ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih berada di halaman rumah yang berada di daerah pedesaan.

Namun, dengan mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memaksimalkan variabel promosi dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK. Hasil yang diperoleh cukup memuaskan.

Omzet penjualan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung semakin meningkatkan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Selain itu kendala yang ditemui El Hijaaz Boutique

Kabupaten Tulungagung yaitu terjadi pada tenaga kerja yang terkadang izin untuk tidak bekerja.

Untuk mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memperbaiki tata tertib yang ada dengan pemberian sanksi kepada karyawan yang keluar dari batas peraturan yang kami tentukan. Sehingga kendala internal yang dihadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung saat ini dapat teratasi dengan baik.

- b. Kendala eksternal yang di temui oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu kenaikan harga bahan baku serta meningkatnya pesaing baru. Untuk mengatasi kendala eksternal pada kenaikan bahan baku El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengambil langkah baru.

Pengambilan langkah baru yang dilakukan yaitu dengan pengurangan laba perusahaan dengan kualitas yang masih sama dengan sebelumnya. Dengan adanya hal tersebut konsumen tidak akan merasa dirugikan.

Selain itu kendala eksternal yang dihadapi oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu meningkatnya pesaing baru. Untuk mengatasi hal tersebut El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung tetap mengedepankan kualitas, cirikhas serta sebisa mungkin memenuhi permintaan konsumen.

Ada juga pelayanan menjahit sehingga akan lebih memudahkan konsumen dalam memenuhi koleksi fashion mereka. Dengan

demikian diharapkan supaya konsumen tetap mempercayai El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menjadi salah satu pilihan *fashion* mereka.