

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Profil Pengusaha Konveksi Purnama Vima

Konveksi Purnama Vima didirikan oleh Bapak Junet pada tahun 1998 yang berada di Dusun Balong Desa Padangan. Awalnya konveksi Purnama Vima hanya menjual seragam Sekolah Dasar (SD) saja, dengan seiring berjalannya waktu pada tahun 2004 menambah produk yaitu seragam SMP dan SMA. Seragam ini awalnya diberi nama Vima, namun 10 tahun setelah berdirinya usaha seragam semakin maju maka namanya diubah menjadi Purnama Vima. Seperti yang dikatakan Bapak Junet:

“Usaha iki wis tak awal i ket anakku sing nomer siji isek umur 9 tahun. Usaha awal e sek ngalami pasang surut. Awal e aku biyen dadi krenet bis, aku pengen ngrubah nasib ben iso duwe usaha dewe ora melu uwong. Akhir e aku mutusne gawe usaha konveksi seragam, seng awal e mek seragam SD jumlah produksine urong iso okeh. Usaha iki tak lakoni karo bojoku. Biyen aku neng pasar ngedol seragam numpak sepeda motor, seragam e tak deleh buri tak taleni karo karet mergo urong iso ngedol okeh seragam. Soyo suwe aku iso gawe seragam

SMP karo SMA. Merek seragam tak jupuk teko jeneng e anakku yaiku Vima (Nevi Risma). ”¹²⁰

(Usaha ini sudah saya mulai ketika anak saya yang pertama masih usia 9 tahun. Usaha yang awalnya masih mengalami pasang surut. Awalnya saya dulu menjadi kondektur bus, saya ingin merubah nasib supaya bisa mempunyai usaha sendiri tidak ikut dengan orang. Akhirnya saya memutuskan mendirikan usaha konveksi seragam, yang awalnya hanya seragam SD dan jumlah produksi belum bisa banyak. Usaha ini saya jalankan bersama istri saya. Dulu saya ke pasar menjual seragam naik sepeda motor, seragam saya taruh di belakang kemudian ditali dengan karet karena belum bisa menjual banyak seragam. Semakin lama saya bisa memproduksi seragam SMP dan SMA. Merek seragam saya ambil dari nama anak saya yaitu Vima (Nevi dan Risma).

B. Temuan Penelitian

1. Faktor yang Menghambat Strategi Pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung

a. Tidak cukup modal

Dalam menjalankan bisnis pastinya memerlukan modal yang cukup banyak. Sebuah perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memperoleh modal awal, oleh karena itu pengusaha harus

¹²⁰ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

mempunyai cara untuk memperoleh modal tersebut. Hal ini yang dikatakan oleh Bapak Junet:

“awal e merintis usahaku iki, aku oleh modal teko hasilku dadi kernet bis, terus modal kuwi tak gawe bukak usaha iki.”¹²¹

(awalnya merintis usaha ini, saya memperoleh modal dari hasil menjadi kondektur bus, kemudian modal itu saya pakai untuk buka usaha ini).

b. Pesaing

Dunia bisnis saat ini sangat pesat. Persaingan bisnis pun juga semakin pesat. Persaingan merupakan suatu usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perorangan (perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan lain sebagainya.¹²² Apabila dihubungkan maka persaingan merupakan usaha yang dilakukan oleh pengusaha konveksi seragam untuk mencapai posisi yang unggul di bandingkan dengan yang lain.

Begitu juga yang dialami pengusaha Konveksi Purnama Vima, dalam kegiatan mejalankan usahanya juga mengadapi para pesaing yang begitu banyak. Dengan demikian perlu strategi yang harus dilakukan oleh pengusaha Konveksi Purnama Vima dalam menghadapi para pesaing.

¹²¹ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

¹²² Irham Fahmi, Manajemen Strategi (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.767

*“Strategi seng tak gawe kanggo menghadapi pesaing yo kuwi aku madakne rego karo pengusaha liyane supoyo produkku panggah iso payu. Terus aku yo milih kualitas kain seng apik. Masio regane podo tapi aku milih kualitas kain seng apik, mergo kepuasan e pelanggan kuwi nomer siji. Biasane enek pengusaha sing regane standar/podo liyane tapi kualitas kain e tipis gek bahan e kurang apik”.*¹²³

(Strategi yang saya pakai untuk menghadapi pesaing yaitu saya menyamaratakan harga dengan pengusaha lainnya agar produk saya tetap laku. Terus saya juga memilik kualitas bahan yang bagus. Meskipun harganya sama tetapi saya memilih kualitas bahan yang bagus, karena kepuasan pelanggan adalah yang utama. Biasanya ada pengusaha yang harganya sama dengan pengusaha lain tapi kualitas kain tipis dan bahan kurang bagus).

Pengusaha Konveksi Purnama Vima dalam menjalankan usahanya ada hambatan lain yang dihadapi selain dari pesaing untuk saat ini. Bapak Junet mengatakan:

“Enek alangan liyane selain pesaing. Yo kuwi pas pandemi koyok saiki. Pas awal-awal pandemi kae aku ora iso produksi mergo pasar e di tutup gek bocah sekolah yo gak iso mlebu pas wayah tahun ajaran baru. Dadi yo mempengaruhi usahaku pas kae. Tapi

¹²³ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

*Alhamdulillah saiki titik-titik aku wes iso mulai produksi eneh kat awal tahun 2021 iki kae”.*¹²⁴

(Ada hambatan lain selain pesaing. Yaitu pada saat pandemi seperti saat ini. Waktu awal-awal pandemi dulu saya tidak bisa memproduksi karena pasar di tutup dan anak-anak sekolah juga tidak bisa masuk waktu tahun ajaran baru. Sehingga mempengaruhi usaha saya waktu itu. Tapi Alhamdulillah sekarang sedikit-sedikit saya sudah mulai memproduksi kembali dari awal tahun 2021 ini).

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima bahwa terjadi persaingan:

*“seng dadi halangan pemasaran iku yo pesaing mbak, mergane saiki akeh wong seng terjun nek usaha konveksi, saiki nek daerah kene wes akeh seng nglakoni usaha konveksi”*¹²⁵

(yang jadi penghambat pemasaran ya pesaing mbak, karena sekarang banyak orang yang terjun di usaha konveksi, sekarang di daerah sini sudah banyak yang menjalankan usaha konveksi)

Persaingan itu juga dirasakan oleh konsumen Konveksi Purnama Vima. Hal ini dikatakan oleh Ibu Riyati sebagai berikut:

*“nek kene iki usaha konveksi nyatu akeh mbak, gek jalanne kuwi sek dulur e dewe kabeh. Dadi koyone persaingan e luwih angel”*¹²⁶

¹²⁴ *Ibid.*

¹²⁵ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

¹²⁶ Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

(di sini itu usaha konveksi memang banyak mbak, dan yang menjalankan masih saudara. Jadi persaingannya lebih sulit).

c. Harga

Konveksi Purnama Vima dalam penjualannya menjual produk di samakan dengan pasaran. Biasanya dijual dengan harga dibawah atau di atas pengusaha yang lain. Tergantung pada jenis kain yang digunakan. Jika kain yang digunakan bagus maka harga lebih mahal dan jika jenis kain standar, harganya sama dengan pengusaha lain atau bisa juga lebih murah dibandingkan dengan pengusaha lain. Seperti yang dikatakan Bapak Junet:

“Aku ngedol iki tak podo karo liyane (pengusaha liyo). Tapi kadang aku ndelok kain seng tak gawe, lek kain e apik tak dol luwih larang teko liyane, lek kain e standar (biasa ae) yo tak dol podo utowo kadang aku ngedol luwih murah. Lek aku ngedol larang kuwi yo mergo kain seng tak gawe apik dadi yo rego gowo rupo”.¹²⁷

(Saya menjual ini, saya samakan dengan yang lain (pengusaha lain). Tapi terkadang saya melihat kain yang saya buat, jika kainnya bagus saya menjual lebih mahal dari yang lain, jika kain standar (biasa saja) ya saya jual sama atau kadang saya menjual dengan harga yang lebih murah. Saya menjual mahal itu karena

¹²⁶ Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 24 Juni 2021, pukul 11.15 WIB

¹²⁷ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

kain yang saya gunakan bagus jadi ya harga membawa rupa (harga mahal kualitas produk juga bagus).

Hal ini juga dikatakan oleh Ibu Umiyati sebagai karyawan Konveksi Purnama Vima bahwa:

“regane pasaran podo, kain e yo apik”¹²⁸

(harga di pasaran sama, kainnya juga bagus)

Hal serupa disampaikan oleh Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima yang mengatakan bahwa harga yang dijual Konveksi Purnama Vima sama dengan konveksi lain:

“lek regane karo konveksi liyane podo mbak, tapi rumasaku kain e panggah apik ndek Konveksi Purnama Vima”¹²⁹

(kalau harga dengan konveksi yang lain sama mbak, tapi menurut saya kainnya tetap bagus di Koveksi Purnama Vima).

2. Faktor yang Mendukung Strategi Pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung

a. Produk

Untuk menjaga sebuah kualitas produk bagi para pengusaha merupakan hal yang begitu penting. Dimana dengan kualitas yang bagus maka memungkinkan produk tersebut akan laku di pasaran.

¹²⁸ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

¹²⁹ Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 24 Juni 2021, pukul 11.15 WIB

Dengan begitu kita juga melihat bagaimana produk tersebut juga mempunyai peluang yang besar jika di pasarkan.

“Sakjane aku ora terlalu paham banget soal usaha sing sesuai prosedur (aku ora tau belajar teori tentang usaha). Tapi aku belajar teko pengalaman sing penting teko nglakoni usaha kuwi kudu tlaten, jujur, cekatan, ora oleh putus semangat e. seng penting aku mesti joogo kualitas bahan produksiku”.¹³⁰

(Sebenarnya saya tidak terlalu paham mengenai usaha yang benar sesuai prosedur (saya tidak pernah belajar teori tentang usaha). Tetapi saya belajar dari pengalaman yang penting dari menjalankan usaha itu harus sabar, jujur, cekatan, tidak patah semangatnya. Yang paling penting saya selalu menjaga kualitas bahan produksi saya).

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Umiyati selaku karyawan Koveksi Purnama Vima bahwa konveksi ini selalu menonjolkan kualitas produknya dan memilih kain yang bagus demi menarik konsumen dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

*“lek ndek kene milih kain e seng apik mbak, seng lek diumbah gak gampang bludru”*¹³¹

(kalau di sini kainnya yang bagus mbak, yang kalau di cuci tidak gampang rusak)

¹³⁰ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

¹³¹ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

Kualitas produk yang bagus ini juga disampaikan oleh Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima yang merasa bahwa Konveksi Purnama Vima memang memiliki kualitas yang bagus. Dan hal inilah yang membuat Ibu Riyati dari dulu hingga sekarang berlangganan di Konveksi Purnama Vima.

“menurutku bahan e nyatu apik lo mbak, panggah bedo karo liyane masio regane podo”¹³²

(menurut saya bahannya memang bagus mbak, tetap beda dengan yang lain meskipun harganya sama)

b. Tempat

Pemasaran yang dilakukan Konveksi Purnama Vima awalnya hanya di satu pasar, oleh Bapak Junet sendiri. Sekarang Bapak Junet sudah mempunyai pasar yang cukup banyak yaitu 4 pasar. Pemasaran sudah dilakukan di Pasar Jombang, Mojokerto, Pare, dan Ngoro. Untuk mencapai hasil yang maksimal perlu adanya strategi pemasaran agar menarik konsumen untuk membeli. Seperti yang dikatakan Bapak Junet:

“Aku awal e mek masarne nek siji pasar. Aku budal ket bar subuh sekitar jam limo nganti jam papat sore. Biasane pasar lek usum bocah mlebu sekolah mesti rame, tapi lek hari biasa yo sedengan (ora sepi yo ora rame). Lek pasar rame aku iso muleh sampek sore lek pasar ora rame aku iso muleh isuk sekitar jam 10.00 WIB. Tapi

¹³² Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 24 Juni 2021, pukul 11.15 WIB

saiki aku wes iso masarne seragam nek papat pasar yaiku nek Pasar Jombang, Mojokerto, Pare, karo Ngoro.”¹³³

(Awalnya saya hanya memasarkan di satu pasar. Saya berangkat setelah sholat subuh sekitar jam lima pagi sampai jam empat sore. Biasanya pasar kalau musim anak-anak masuk sekolah selalu ramai, tapi jika hari biasa sedang (tidak sepi dan tidak ramai). Jika pasar ramai saya bisa pulang sampai sore dan kalau pasar tidak ramai aku bisa pulang sekitar jam 10.00 WIB. Tapi sekarang saya sudah bisa memasarkan seragam di 4 pasar yaitu Pasar Jombang, Mojokerto, Pare, dan Ngoro).

Hal ini disampaikan oleh Ibu Umiyati sebagai karyawan Konveksi Purnama Vima sebagai berikut:

“yo lek sak ngertiku wes duwe panggon pemasaran dewe nek daerah lor (pasar daerah Mojokerto karo daerah Kediri)”¹³⁴

(ya kalau setahu saya sudah mempunyai tempat pemasaran sendiri di daerah utara (pasar daerah Mojokerto dan daerah Kediri))

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima.

“lek ngedol e kuwi nek pasar mbak, tapi aku lek tuku ora tau moro nek pasar langsung moro nek omah e”¹³⁵

¹³³ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

¹³⁴ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

¹³⁵ Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 24 Juni 2021, pukul 11.15 WIB

(kalau menjualnya itu di pasar mbak, tapi saya membeli tiak pernah ke pasar langsung datang ke rumahnya).

c. Bonus atau *Reward*

Mengingat dulu Bapak Junet melakukannya sendiri dengan istrinya dan belum mempunyai karyawan. Kinerja karyawan disini tentu ikut serta mempengaruhi keuntungan dari perusahaan Konveksi Purnama Vima. Bapak Junet membutuhkan karyawan yang giat bekerja dan rajin. Menurut penuturan Bapak Junet kini Konveksi Purnama Vima telah memiliki 25 karyawan.

“Alhamdulillah saiki aku wes duwe karyawan 25 uwong. Sing tak bagi dadi 3 bagian. Tukang jahit, tukang nglempiti seragam, karo tukang bunteli seragam. Yo Alhamdulillah enek e karyawan iso mbantu kelancaran e usahaku iki”.

(Alhamdulillah sekarang saya sudah memiliki karyawan 25 orang. Yang saya bagi menjadi 3 bagian. Bagian jahit, bagian melipat seragam, bagian pengemasan seragam. Ya Alhamdulillah dengan adanya karyawan bisa membantu kelancaran usaha saya ini).¹³⁶

Karena jasa yang besar para karyawan terhadap usaha yang dijalankannya, Bapak Junet merasa perlu untuk rutin memberi bonus dan *reward* kepada para karyawannya sebagai bentuk apresiasi dan agar para karyawannya semakin giat dalam bekerja. Setiap tahun Bapak Junet rutin memberi bonus kepada para

¹³⁶ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

karyawannya, seperti saat Hari Raya Idul Fitri. Hal ini disampaikan oleh Bapak Junet sebagai berikut:

*“Karyawanku setiap setahun pisan pas bodo (Hari Raya Idul Fitri) tak wenehi parcel karo duwit sebagai bonus. Yo itung-itung seng ngewangi aku ngembangne usaha iki sampek iso koyok ngene. Lek ora enek karyawan aku yo gak iso jalanne dewe karo bojoku”.*¹³⁷

(Karyawan saya setiap satu tahun sekali saat Hari Raya Idul Fitri saya kasih parcel dan uang sebagai bonus. Ya hitung-hitung yang membantu saya mengembangkan usaha ini sampai bisa seperti sekarang. Kalau tidak ada karyawan saya tidak bisa menjalankan sendiri dengan istri saya).

Hal ini juga dikatakan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima:

“Mben setahun pisan pas bodo aku oleh parcel karo bonus duwit”

(Setiap satu tahun sekali saat Hari Raya Idul Fitri saya dapat parcel dan bonus uang).¹³⁸

Dengan karyawan yang rajin dan giat bekerja, maka produksi seragam bisa dilakukan semaksimal mungkin. Maka dari itu bonus dan reward yang diberikan kepada karyawan ini dijadikan salah satu strategi pemasaran oleh Konveksi Purnama Vima agar seragam yang dihasilkan maksimal dan kualitasnya baik. Dengan produksi yang maksimal maka diharapkan pembeli

¹³⁷ *Ibid.*

¹³⁸ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

juga akan puas dengan seragam yang dijual Konveksi Purnama Vima, sehingga volume penjualan akan meningkat dan keuntungan yang didapat juga tentu meningkat.

Promo berupa diskon yang diberikan berupa potongan harga saat hari-hari tertentu juga dilakukan untuk menarik minat pembeli. Menurut Bapak Junet dengan adanya potongan harga apabila melakukan pembelian berulang dan dalam jumlah banyak ini akan membuat konsumen merasa senang dan ingin melakukan pembelian lagi berikutnya. Hal ini disampaikan oleh Bapak Junet sebagai berikut:

“potongan harga iku biasane yo tak wehne ben pembeline kuwi seneng. Dadi lek enek potongan harga maleh seneng yo dadi pengen tuku eneh. Aku motong regane 5% teko rego asline”.¹³⁹

(potongan harga itu biasanya saya berikan agar pembeli itu senang. Jadi jika ada potongan harga membuat senang sehingga ingin membeli lagi. Saya memotong harga 5% dari harga aslinya).

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima:

*“enek diskon mben tuku lek luwih teko 3 pasang seragam”*¹⁴⁰

(ada diskon setiap pembelian lebih dari tiga pasang seragam)

¹³⁹ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

¹⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 24 Juni 2021, pukul 11.15 WIB

3. Strategi Pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung

Strategi pemasaran merupakan rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran disini digunakan oleh Konveksi Purnama Vima untuk meningkatkan kualitas produk agar perusahaan tetap eksis dan menambah laba perusahaan. Berikut ini strategi yang diterapkan oleh Konveksi Purnama Vima dalam berbagai segi sebagai berikut:

a. Produk

Produk merupakan kombinasi “barang dan jasa” yang ditawarkan kepada pasar. Produk-produk yang akan dipasarkan meliputi barang fisik. Dalam strategi bauran pemasaran yang perlu diperhatikan pertama kali adalah strategi produk. Produk yang dikeluarkan oleh Konveksi Purnama Vima adalah seragam sekolah dari SD, SMP, dan SMA. Produk ini dibuat dengan berbagai ukuran. Untuk seragam SD dimulai dari ukuran 5, 6, 7, dan 8. Sedangkan untuk SMP/SMA berukuran S,M, L, dan XL.

**Tabel 4.1 Produk Yang Dihasilkan Konveksi Purnama Vima di Desa
Padangan Ngantru Tulungagung**

Seragam	Ukuran Seragam			
	SD	5	6	7
SMP	S	M	L	XL
SMA	S	M	L	XL

*Sumber: wawancara pemilik Konveksi Purnama Vima Desa Padangan
Ngantru Tulungagung*

Seperti yang dikatakan Bapak Junet:

“Untuk ukuran seragam bedo-bedo, lek SD gawe ukuran angka, angkane 5, 6, 7, karo 8. Lek seng seragam SMP/SMA kuwi gawe ukuran S, M, L, sing gedi ukuran XL. Seragam kuwi di dol e ecer/grosir, biasane wong toko neng pasar ora sak pasang, enek sing toko duwuran tok karo ngisoran tok. Biasane yo enek wong sing toko nek omah.”¹⁴¹

(Untuk ukuran seragam berbeda-beda, kalau SD menggunakan ukuran angka, angkanya 5, 6, 7, dan 8. Kalau seragam SMP/SMA itu menggunakan ukuran S, L, M, yang paling besar ukuran XL. Seragam itu dijual ecer/grosir, biasanya orang yang membeli di

¹⁴¹ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

pasar tidak satu pasang, ada yang membeli atasan saja dan bawahan saja. Dan biasanya juga ada yang membeli di rumah).

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima bahwa Konveksi Purnama Vima ini selalu menonjolkan kualitas produknya dan memilih kain yang bagus demi menarik konsumen dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

“Kalau kita pilih kain e disini yang bagus mbak, kain e dipilih seng paling apik dewe”.¹⁴²

(Kalau kita memilih kainnya yang bagus mbak, kainnya dipilih yang paling bagus sendiri).

Bagi perusahaan menghadirkan kualitas adalah hal mendasar. Artinya, kualitas merupakan hal pertama yang dikonsepsi untuk memenangkan persaingan. Dengan kata lain, perusahaan yang memenangkan persaingan adalah perusahaan yang konsisten menghadirkan kualitas bagi pelanggan.

Konveksi Purnama Vima dalam strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk adalah dengan meningkatkan kualitas bahan yang bagus. Seperti yang dikatakan Bapak Junet:

“Strategi pemasaran sing tak gawe meningkatkan kualitas produk yo iku aku gawe bahan (kain) satu merek tok, terus seragam

¹⁴² Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

*duwuran karo ngisoran yo tak gawe nganggo bahan (kain) sing bedo merek. Mergo bedo merek yo bedo kualitas bahan e. Sing duwuran kuwi kain e luwih apik timbang ngisoran e (rodok kandel) mergo lek duwuran kan sing di sawang disik dewe”.*¹⁴³

(Strategi pemasaran yang saya gunakan untuk meningkatkan kualitas produk yaitu saya menggunakan kain dengan satu merek saja, terus untuk seragam atasan dan bawahan saya juga menggunakan bahan (kain) yang berbeda merek. Karena beda merek juga beda kualitas bahannya. Yang atasan itu kainnya lebih bagus dari pada yang bawahan (lebih tebal) karena kalau atasan kan yang dilihat pertama kali).

b. Harga Jual

Dari segi harga seragam sekolah Konveksi Purnama Vima mematok harga yang standar dan sama dengan perusahaan yang lain. Agar produk tetap laku dan dianggap tidak mahal. Harga seragam sekolah di Konveksi Purnama Vima berbeda untuk setiap ukuran. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Junet:¹⁴⁴

“Untuk seragam aku ngedol e per ukuran bedo-bedo regone. Kanggo seragam SD ukuran 5, 6, 7, 8 tak regani Rp. 50.000/pasang e kanggo seragam lanang, mben ukuran nambah e gur Rp. 2.000. Dadine ukuran 6 per pasang e Rp. 52.000 lan sak

¹⁴³ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

¹⁴⁴ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

*terus e. Terus kanggo seragam SD wong wedok ukuran 5 regane Rp. 56.000/pasang, podo karo seragam e wong lanang mau per ukuran seragam e wong wedok regane mung nambah i Rp. 2.000. Lek seragam SMP aku ngedol gawe ukuran S, M, L, XL. Regane seng ukuran S yaiku Rp. 55.000/pasang kanggo wong lanang. Nambah e per ukuran yo Rp. 2.000. Dadi seng ukuran L regane Rp. 57.000/pasang. Terus seragam SMP ne wong wedok ukuran S regane Rp. 60.000/pasang. Tambahan per ukuran yo Rp. 2.000. Lan kanggo seragam SMA ne ukuran S wong lanang aku ngedol Rp. 65.000/pasang. tambahan per ukuran e panggah Rp. 2.000. Terus kanggo seragam SMA wong wedok ukuran S regane Rp. 70.000/pasang, tambahan rego per ukuran yo Rp. 2000”.*¹⁴⁵

(Untuk seragam saya menjual per ukuran beda harganya. Untuk seragam SD ukuran 5, 6, 7, 8 saya kasih harga Rp. 50.000/pasang untuk seragam laki-laki, untuk setiap ukuran naik tambah Rp. 2.000. Jadi ukuran 6 per pasangannya Rp. 52.000 dan seterusnya. Kemudian untuk seragam SD wanita ukuran 5 harganya Rp. 56.000/pasang, sama dengan seragam laki-laki tadi per ukuran seragam perempuan hanya menambah Rp. 2.000. Untuk seragam SMP saya membuat dengan ukuran S, M, L, XL. Harga yang ukuran S yaitu Rp. 55.000/pasang untuk laki-laki. Tambahan per ukuran juga Rp. 2.000. Jadi yang ukuran L harganya Rp.

¹⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

57.000/pasang. Kemudian harga seragam SMP perempuan ukuran S harganya Rp. 60.000/pasang. Tambahan per ukuran juga Rp. 2.000. Dan untuk seragam SMA ukuran S laki-laki saya menjual Rp. 65.000/pasang. Tambahan per ukuran tetap Rp. 2.000. Terus untuk seragam SMA perempuan ukuran S harganya Rp. 70.000/pasang, tambahan harga per ukuran juga Rp. 2.000).

Tabel 4.2 Data Ukuran/Harga Seragam

Seragam	Ukuran/Harga							
	SD	5		6		7		8
P		L	P	L	P	L	P	L
Rp. 56.000		Rp. 50.000	Rp. 58.000	Rp. 52.000	Rp. 60.000	Rp. 54.000	Rp. 62.000	Rp. 56.000
SMP	S		M		L		XL	
	P	L	P	L	P	L	P	L
	Rp. 60.000	Rp. 55.000	Rp. 62.000	Rp. 57.000	Rp. 64.000	Rp. 59.000	Rp. 66.000	Rp. 61.000
SMA	S		M		L		XL	
	P	L	P	L	P	L	P	L
	Rp. 70.000	Rp. 65.000	Rp. 72.000	Rp. 67.000	Rp. 74.000	Rp. 69.000	Rp. 76.000	Rp. 71.000

Untuk kegiatan pemasaran sebuah produk, dalam penentuan strategi penjualan perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai cara, bisa grosir maupun ecer. Harga jual Konveksi Purnama Vima dilakukan dengan cara ecer maupun grosir. Harga ecer dan grosir berlaku di rumah dan untuk di pasar dilakukan dengan harga grosir. Seperti yang dikatakan Bapak Junet:¹⁴⁶

*“Aku ngedol seragam iki yo ecer yo grosir. Biasane aku ngedol nek pasar kuwi grosir mergo lek nek pasar di dol ecer untung e ora sepiro gek aku yo iso ngedol seragam luamyan akeh lek grosir. Terus lek nek omah aku ngedol ecer mergo biasane butuh e mung sak pasang utowo butuh e duwuran karo ngisoran e tok. Tapi nek omah aku yo panggah iso ngedol grosir gawe wong sing arep di dol eneh bukak toko seragam dewe”.*¹⁴⁷

(saya menjual seragam ini ecer dan grosir. Baisanya saya menjual di pasar dengan grosir karena kalau di pasar dijual ecer untungnya tidak seberapa dan saya juga bisa menjual seragam lumayan banyak jika grosir. Dan untuk di rumah saya menjual ecer karena, biasanya hanya membutuhkan satu pasang atau hanya atasan dan bawahannya saja. Tapi di rumah saya juga bisa menjual grosir untuk orang yang mau menjual kembali membuka toko seragam sendiri).

¹⁴⁶ *Ibid.*

¹⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

Hal ini juga dikatakan oleh Ibu Umiyati sebagai karyawan Konveksi Purnama Vima.

“seng tak eroh i lek ngedol yo ecer yo grosir mbak, lek ngedol e nek pasar grosir tapi lek enek seng tuku nek omah yo ecer”¹⁴⁸

(yang saya tahu kalau menjual ya ecer ya grosir mbak, kalau menjual di pasar grosir tapi kalau ada yang membeli di rumah ya ecer).

Ibu Riyati sebagai konsumen juga mengatakan:

“lek aku tukune mesti ecer mbak mergane yo ora tau tuku akeh”¹⁴⁹

(kalau saya membeli selalu ecer mbak soalnya tidak pernah membeli banyak).

c. Pasar yang dituju

Kegiatan pemasaran harus memberikan kepuasan konsumen. Tujuan dari sebuah pemasaran sendiri untuk menarik pelanggan dengan melakukan penciptaan produk yang diharapkan konsumen. Pemasaran yang dilakukan Konveksi Purnama Vima awalnya hanya di satu pasar, oleh Bapak Junet sendiri. Sekarang Bapak Junet sudah mempunyai pasar yang cukup banyak yaitu 4 pasar. Pemasaran sudah dilakukan di Pasar Jombang, Mojokerto, Pare, dan Ngoro. Pemasaran tidak dilakukan setiap hari. Dalam seminggu hanya dilakukan 1-2 kali saja. Pasar yang dituju setiap

¹⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

¹⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Riyati selaku konsumen Konveksi Purnama Vima pada tanggal 24 Juni 2021, pukul 11.15 WIB

harinya berbeda, jika dalam seminggu ke pasar hanya satu kali maka memungkinkan pasar yang akan dikunjungi hanya 1-2 pasar saja. Sedangkan dalam seminggu 2 kali ke pasar maka dilakukan kunjungan secara bergantian.

Seperti yang dikatakan Bapak Junet:

“Biasane aku nek pasar yo gak bendino. Biasane seminggu kuwi peng pisan utowo ping pindo, tergantung ramene pasar. Lek pasar sepi yo ping pisan lek nek pasar, lek pasar e rame seminggu ping pindo. Lek sing seminggu ping pisan kuwi aku mek moro nek siji pasar, lek nutut yo nek pasar sijine. Tapi lek pas seminggu ping pindo nek pasar kuwi sing sedino tak gawe nek loro pasar sesok e eneh nek pasar loro. Penak e omong ngono. Marakno jarak pasar siji karo liyane kuwi lumayan adoh”.¹⁵⁰

(Biasanya saya ke pasar tidak setiap hari. Biasanya seminggu itu satu kali atau dua kali, tergantung ramainya pasar. Jika pasar sepi hanya satu kali saya ke pasar, jika pasar ramai seminggu dua kali. Jika dalam seminggu hanya satu kali saya ke pasar, itu saya hanya datang ke satu pasar, jika memungkinkan ke pasar satunya lagi. Tapi jika saya ke pasar dua kali dalam seminggu, satu hari saya datang ke dua pasar, besoknya lagi saya datang ke dua pasar lagi. Mudah diungkapkannya seperti itu. Karena jarak pasar satu ke pasar lain lumayan jauh).

¹⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 14.15 WIB

Sebagai karyawan Ibu Umiyati mengatakan hanya mengetahui tempat pemasarannya saja tidak pernah ikut ke pasarnya.

“lek karyawan e gak tau melu nek pasar mbak, mergane seng ngedol pemilik e dewe”¹⁵¹

(kalau karyawannya tidak pernah ikut ke pasar mbak, karena yang menjual pemiliknya sendiri)

d. Promosi

Dari segi promosi Konveksi Purnama Vima ini mengaku bahwa promosi yang dilakukan melalui mulut ke mulut, berupa pemberian diskon untuk para pelanggan setianya. Dengan menjaga kualitas produknya, Bapak Junet mengaku itu juga sebagai bentuk promosinya agar pembeli setia membeli produknya dan tidak jarang juga menyarankan orang lain untuk membeli produk, sehingga promosi dari mulut ke mulut akan terjadi.

Hal ini disampaikan oleh Bapak Junet sebagai berikut:

“Teko kualitas kain seng apik, promosi iso mlaku teko mulut ke mulut”¹⁵²

(dari kualitas kain yang bagus, promosi bisa berjalan dari mulut ke mulut).

¹⁵¹ Wawancara dengan Ibu Umiyati selaku karyawan Konveksi Purnama Vima, pada tanggal 22 Februari 2021, pukul 15.00 WIB

¹⁵² Wawancara dengan Bapak Junet selaku pemilik Usaha Konveksi Purnama Vima pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB