

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

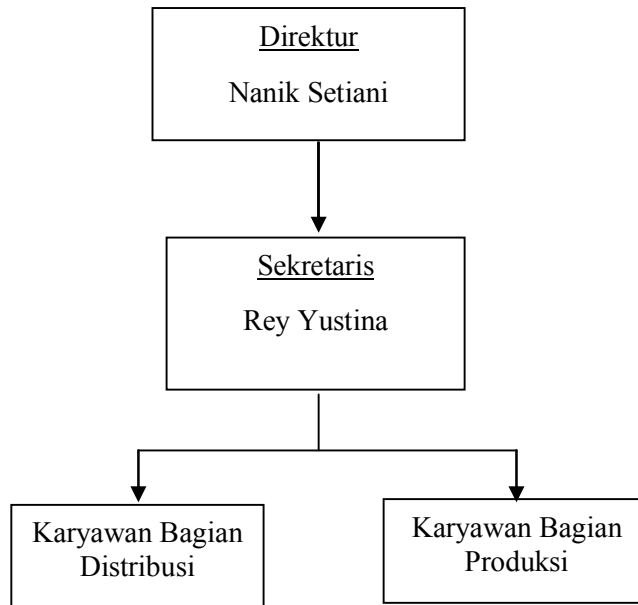
1. Sejarah UD. Lancar Abadi

Pada tahun 1984, suami dari ibu Nanik Setiani mendirikan konveksi pakaian jadi. Sebelum terjun ke bidang industri, Ibu Nanik Setiani bekerja di bidang pendidikan sebagai guru SMP. Setelah berjalan seiring waktu, Ibu Nanik Setiani melepaskan pekerjaannya dan beralih ke bidang industri konveksi. Sebelum menjalankan usahanya, Ibu Nanik Setiani sekolah mode belajar dahulu di dunia mode pakaian selama satu bulan. Setelah dirasa cukup menimba ilmu di dunia mode pakaian, Ibu Nanik Setiani menjalankan usahanya dengan suami dan mendirikan konveksi pakaian dalam bersama suaminya. Dimana suaminya yang membuat modelnya dan Ibu Nanik Setiani sebagai yang memasarkan produknya. Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi saat ini sudah mencapai luar pulau Jawa dengan kepemilikan tempat usaha atas nama Ibu Nanik Setiani.

2. Struktur Organisasi UD. Lancar Abadi

Struktur dari UD. Lancar Abadi meliputi direktur dipegang oleh pemilik industri yaitu Ibu Nanik Setiani, sekretaris dipegang oleh ibu Rey Yustina dan karyawan yang bekerja di UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

Bagan 4.1
Struktur Organisasi¹²⁴



Sumber: Observasi UD. Lancar Abadi

Berikut merupakan uraian tugas dari struktur organisasi UD. Lancar Abadi:

a) Direktur Perusahaan

Ibu Nanik Setiani selaku direktur perusahaan di UD. Lancar Abadi bertugas untuk menyusun strategi dari perusahaan yang bertujuan untuk mengembangkan dan memajukan pemasaran perusahaan. Direktur perusahaan juga menunjuk orang yang bertugas mengawasi dan memimpin bisnis sekaligus proses bisnis UD. Lancar Abadi.

b) Sekretaris

Ibu Rey Yustina selaku pemegang jabatan sebagai sekretaris di UD. Lancar Abadi. Memiliki tugas mencatat segala kegiatan yang berlangsung di UD. Lancar Abadi mulai dari kegiatan produksi,

¹²⁴ Hasil Observasi Peneliti di UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

pendistribusian produk, dan segala pemasukan dan pengeluaran yang ada di UD. Lancar Abadi.

c) Karyawan

Karyawan yang dimiliki oleh UD. Lancar Abadi terdapat dua bagian yaitu bagian produksi dan bagian pendistribusian produk. Karyawan yang bagian produksi bagian pemotongan kain terdapat 7 karyawan, dan karyawan bagian menjahit terdapat 160 karyawan yang bekerja dari rumah. Sedangkan pada karyawan distribusi atau pengiriman terdapat 4 karyawan. Dengan demikian jumlah keseluruhan karyawan yang bekerja di UD. Lancar Abadi berjumlah 171 karyawan.

3. Visi dan Misi Perusahaan

- a) Visi: Membuka lapangan kerja bagi masyarakat.
- b) Misi: Menciptakan pekerjaan yang stabil, dan mengurangi pengangguran yang ada di sekitar UD. Lancar Abadi.

4. Produk UD. Lancar Abadi

Produk dari UD. Lancar Abadi adalah produk Pakaian dalam. Produk yang di produksi oleh UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

Tabel 4.1
Daftar Produk UD. Lancar Abadi¹²⁵

Jenis produk
Celana Dalam Pria
Celana Dalam Wanita
Leging
Singlet
Celana Dalam Anak-anak

Sumber: Buku Laporan UD. Lancar Abadi

¹²⁵ *Daftar Produk UD. Lancar Abadi.* Buku Laporan UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

B. Temuan Hasil Penelitian

Hasil dari temuan penelitian mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh UD. Lancar Abadi dalam menciptakan loyalitas konsumennya disajikan sesuai dengan rumusan masalah yang di angkat dalam penelitian ini. Adapun narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ada 4 narasumber, diantaranya adalah Ibu Nanik Setiani selaku direktur perusahaan, ibu Rey Yustina selaku sekretaris, bapak Wiji dan bapak Imron selaku karyawan UD. Lancar Abadi yang dilakukan pada tanggal 7 November sampai 9 November 2021

1. Strategi Pemasaran UD. Lancar Abadi Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen

Strategi pemasaran merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh sebuah cara atau metode yang diterapkan oleh sebuah perusahaan untuk memudahkan pemasaran yang dilakukan. Dalam melakukan pemasaran banyak sekali cara atau strategi yang digunakan agar produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut berhasil. Dalam melakukan pemasaran, perlu adanya sebuah produk yang akan dipasarkan. Tanpa memiliki sebuah produk, perusahaan tidak dapat melakukan pemasaran. Produk yang dihasilkan oleh UD. Lancar Abadi sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nanik Setiani selaku pemilik dan direktur UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Produk yang kami produksi ini berupa pakaian dalam ya mbak. Pakaian dalam tersebut berupa pakaian dalam mulai dari anak-

anak hingga orang dewasa. Selain pakaian dalam kami juga membuat legging dan singlet.”¹²⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas, produk yang dihasilkan oleh UD. Lancar Abadi merupakan produk pakain dalam mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Selain produk yang dihasilkan berupa pakaian dalam, UD. Lancar Abadi juga menghasilkan singlet dan legging. Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh bapak Wiji selaku karyawan bagian produksi sebagai berikut:

“UD. Lancar Abadi menghasilkan produk berupa pakaian dalam mulai dari anak-anak hingga orang dewasa ya mbak. Selain itu disini juga membuat singlet dan legging untuk perempuan dewasa mbak.”¹²⁷

Dalam melakukan pemasaran sebuah produk, perlu adanya sebuah strategi. Strategi produk ini digunakan oleh industri agar produk yang dimiliki atau dihasilkan oleh industri tersebut dapat berhasil menembus pangsa pasar yang dituju. Strategi produk yang dilakukan oleh berbagai perusahaan besar maupun kecil berbagai macam. Strategi produk yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nani Setiani sebagai berikut:

“Strategi produk yang ada di UD. Lancar Abadi adalah dengan membuat sebuah produk pakaian dalam yang berkualitas bagus ya mbak. Dengan membuat produk yang berkualitas mulai dari kain dan jahitan yang rapi, produk dari sini tidak mudah rusak sehingga konsumen menyukai produk kami mbak.”¹²⁸

¹²⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nani Setiani selaku pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

¹²⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Wiji selaku Karyawan Bagian Produksi UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

¹²⁸ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nani selaku pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Ibu Rey Yustina selaku sekretaris UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Produk yang dibuat oleh UD. Lancar Abadi ini berkualitas bagus ya mbak. Mulai dari bahan baku yang bagus ya mbak, sehingga produk yang dihasilkan juga bagus. Selain itu pada segi jahitannya rapi mbak, sehingga produk dari sini tidak mudah rusak dan banyak konsumen yang suka produk dari sini.”¹²⁹

Strategi produk yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi tersebut adalah dengan membuat produk pakaian dalam yang berkualitas bagus. Pembuatan produk yang mempunyai kualitas bagus yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan memilih bahan baku yang bagus dan melakukan penjahitan pada kain yang rapi sehingga produk yang dibuat berkualitas bagus dan tidak mudah rusak yang membuat para konsumen menyukai produk dari UD. Lancar Abadi. Hal ini berdasarkan data jumlah barang yang di produksi oleh UD. Lancar Abadi pada tahun 2020 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Jumlah Produk Yang Dihasilkan UD. Lancar Abadi Tahun 2020¹³⁰

NO	Bulan	Jumlah Produk di hasilkan
1	Januari	4.235 dosin
2	Februari	4.358 dosin
3	Maret	3.876 dosin
4	April	3.850 dosin

¹²⁹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Rey Yustina Selaku Sekretaris UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

¹³⁰ *Data Jumlah Produk Yang Dihasilkan UD. Lancar Abadi Tahun 2020*. Buku Catatan UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

5	Mei	3.975 dosin
6	Juni	3.980 dosin
7	Juli	3.925 dosin
8	Agustus	4.250 dosin
9	September	4.300 dosin
10	Oktober	4.265 dosin
11	November	4.335 dosin
12	Desember	4.425 dosin
	Jumlah	49.774 dosin

Sumber: Buku Penjualan UD. Lancar Abadi

Berdasarkan data diatas penghasilan produksi yang dihasilkan oleh UD. Lancar Abadi mengalami fluktuasi, namun tidak terlalu besar. Penurunan yang paling besar terjadi pada awal-awal munculnya pandemi Covid-19. Berdasarkan data tersebut, rata-rata produksi yang dihasilkan oleh UD. Lancar Abadi per bulan pada tahun 2020 sebanyak 4.147 dosin. Berdasarkan data diatas yang dimana setiap bulannya menghasilkan rata-rata 4.147 dosin, konsumen yang memakai produk dari UD. Lancar Abadi cukup terbilang banyak.

Dengan menetapkan strategi produk, dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh industri adalah menetapkan harga pada produknya. Penetapan harga sangat penting dalam keberlangsungan kegiatan operasional industri untuk kedepannya. Dalam menetapkan harga, pihak perusahaan atau industri perlu memperhatikan faktor-faktor agar harga yang diterapkan oleh pihak perusahaan dapat memberikan keuntungan dan dapat diterima oleh konsumennya.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi harga produk dari perusahaan, diantaranya yaitu harga bahan baku yang ada, faktor biaya produksi dan distribusi. Selain memperhatikan faktor tersebut. Perusahaan yang menjalankan usaha, dalam menetapkan harga perusahaan perlu observasi harga produk sejenis yang ada di pasar. Jika dalam menetapkan harga perusahaan tidak mengetahui harga produk sejenis di pasar, maka perusahaan tersebut bisa kalah saing dengan harga produk sejenis dan sulit diterima konsumen yang ada di pasar.

UD. Lancar Abadi dalam menetapkan harga memperhatikan berbagai faktor. Faktor tersebut diantaranya bahan baku yang dimiliki oleh UD. Lancar Abadi, biaya pembuatan produk, dan biaya pendistribusian barang. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, UD. Lancar Abadi menetapkan harga pada produknya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ibu Nanik Setiani selaku Direktur UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Dalam menetapkan harga, ya kami melihat berbagai faktor ya mbak. Faktor tersebut diantaranya yaitu melihat harga bahan baku produk, biaya pembuatannya, dan biaya pengiriman produk ke konsumen mbak sehingga kami bisa menetapkan harga yang ada di pasar. Selain itu kami juga melihat harga yang ada di pasar agar produk kami dapat diterima oleh konsumen di pasar.”¹³¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan melihat harga bahan baku, biaya pembuatan barang, dan biaya distribusi. Selain menetapkan harga berdasarkan faktor tersebut, UD. Lancar Abadi juga menetapkan harga

¹³¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nanik Setiani selaku Pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

dengan melihat harga produk sejenis yang ada di pasar. Hal tersebut dilakukan agar dalam menetapkan harga di pasar tidak terlalu beda dengan harga produk sejenis, sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Rey Yustina selaku sekretaris UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Dalam menetapkan harga produk disini, kami menetapkan harga dengan melihat harga produk sejenis yang ada di pasar agar perbedaan harga produk kami dengan produk lainnya tidak terlampaui jauh dan dapat diterima oleh konsumen.”¹³²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi dengan melihat harga produk sejenis yang ada di pasar agar perbedaan harga tidak terlalu jauh dan dapat diterima konsumen yang menjadi pasarnya. Harga produk UD. Lancar Abadi sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Harga Produk UD. Lancar Abadi¹³³

No	Jenis Produk	Harga
1	Pakaian Dalam Anak-anak	RP. 35.000 per dosin
2	Pakaian Dalam Dewasa Laki-laki	Rp. 56.000 per dosin
3	Pakaian Dalam Dewasa Perempuan	Rp. 52.000 per dosin
4	Singlet	Rp. 75.000 per dosin
5	Legin	Rp. 205.000 per dosin

Sumber: Buku Catatan Penjualan UD. Lancar Abadi

Berdasarkan data diatas, setiap harga produk UD. Lancar Abadi bervariasi tergantung jenis dan ukuran produk yang dimiliki oleh UD.

¹³² Hasil Wawancara Dengan Ibu Rey Yustina selaku Sekretaris UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

¹³³ *Harga Produk Pakaian UD. Lancar Abadi*. Dokumentasi Buku Catatan Penjualan UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

Lancar Abadi. Harga termurah dari UD. Lancar Abadi adalah adalah pakaian dalam anak-anak yaitu Rp. 35.000 per dosin. Sedangkan harga yang paling mahal adalah Leging sebesar Rp. 205.000 per dosin.

Strategi pendistribusian produk merupakan sebuah cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memindahkan produk ke konsumen. pendistribusian produk yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah langsung mengirimkan produk ke konsumen dengan membawa contoh produk. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nanik Setiani selaku pemilik dan direktur UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Pendistribusian yang kami lakukan adalah dengan mengirimkan produk di tempat yang daya konsumtifnya tinggi ya mbak. Selain itu dalam mendistribusikan barang juga membawa contoh produk kami agar konsumen kami mengetahui kualitas produk kami.”¹³⁴

pernyataan yang diungkapkan oleh Ibu Nanik Setiani senada dengan pernyataan yang diungkapkan oleh bapak Imron selaku karyawan bagian distribusi sebagai berikut:

“Iya mbak. Pendistribusian yang dilakukan oleh konveksi Lancar Abadi ya dengan memilih tempat yang ramai ya mbak. Selain itu, pendistribusian produk disini memilih akses yang mudah mbak.”¹³⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, pendistribusian yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan memilih akses yang mudah untuk memudahkan pengiriman barang ke konsumen, dan juga memilih pasar atau tempat yang masih sedikit pesaingnya. Selain itu, dalam mendistribusikan

¹³⁴Hasil Wawancara Dengan Ibu Nani Setiani selaku pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 07 November 2021

¹³⁵Hasil Wawancara dengan Bapak Imron Selaku Karyawan Bagian Pengiman UD. Lancar Abadi, Tanggal 08 November 2021

produk yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan memilih masyarakat yang memiliki daya konsumtif yang tinggi.

Pendistribusian yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi meliputi beberapa kota yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

Tabel 4.4

Data Kota Pendistribusian Produk UD. Lancar Abadi¹³⁶

No	Kota
1	Kota Surabaya
2	Kota Gorontalo
3	Kota Banjarmasin
4	Kota Kendari
5	Kota Makasar

Sumber: Hasil Wawancara Ibu Nanik Setiani

Berdasarkan data diatas, pendistribusian yang dilakukan UD. Lancar Abadi kebanyakan dari luar pulau. Walaupun akses yang ditempuh jauh. Namun dapat dikirimkan ke kota yang dituju dengan melakukan pengiriman ekspedisi melalui jasa pengiriman barang, sehingga memudahkan pendistribusian barang ke tempat konsumen.

Promosi dalam melakukan kegiatan sangat berperan besar bagi industri. Banyak perusahaan yang kalah dan gagal dalam melakukan persaingan pasar dengan produk lain dikarenakan kurang bagus dan kurang inovatif promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan perlu

¹³⁶ *Data Kota Pendistribusian Produk UD. Lancar Abadi.* Hasil Wawancara Dengan Ibu Nanik Setiani Selaku Pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 08 November 2021

melakukan promosi yang bagus agar promosi yang dilakukan dapat menarik minat konsumen.

Promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nanik Setiani selaku pemilik UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Promosi yang dilakukan oleh industri ini adalah dengan perantara mulut ke mulut dari pelanggan disini ya mbak dan promosi yang kami lakukan adalah dengan mengandalkan relasi yang kami miliki.”¹³⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih terkesan tradisional dan belum dapat memanfaatkan media yang ada. Mengingat zaman sekarang banyak media yang dapat digunakan seperti media sosial. Namun, promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih hanya mengandalkan *mouth to mouth* dari pelanggan. Dengan hanya mengandalkan promosi *mouth to mouth* dari pelanggannya, promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih belum terdengar familiar di kalangan konsumen. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ibu Rey Yustina selaku sekretaris UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Iya mbak, promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi ini masih terkesan tradisional ya mbak dengan mengandalkan *mouth to mouth* dari pelanggan sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang produk kami. Jadinya promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih kurang maksimal.”¹³⁸

¹³⁷ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nanik Setiani Selaku Pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 08 November 2021

¹³⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Rey Yustina Selaku Sekretaris UD. Lancar Abadi, Tanggal 08 November 2021

Berdasarkan hasil wawancara diatas, promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi yang hanya mengandalkan *mouth to mouth* dari para pelanggannya masih kurang memaksimalkan promosi yang dilakukan dalam pemasarannya. UD. Lancar Abadi perlu meningkatkan inovasi pada strategi promosinya agar produknya dapat diketahui oleh konsumen sehingga UD. Lancar Abadi mendapatkan loyalitas konsumen yang lebih banyak.

2. Kendala Serta Solusi Strategi Pemasaran UD. Lancar Abadi Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen

Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh semua perusahaan tidak terlepas dari yang namanya kendala. Kendala dalam melakukan menerapkan strategi pemasarannya merupakan sebuah hambatan yang terjadi di perusahaan sewaktu menjalankan usaha. Kendala dalam menerapkan strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha perlu diminimalisir atau dihilangkan untuk memudahkan kegiatan pemasaran produk. Dalam kasus yang banyak khususnya industri kecil, banyak terjadi kendala-kendala yang dialami sewaktu memasarkan produk usaha dan tidak mendapatkan titik temu. Sehingga kendala tersebut menjadikan pemasaran usaha yang dilakukan oleh perusahaan terhambat.

Sekian dari banyaknya industri yang melakukan pemasaran yang mengalami kendala diantaranya adalah UD. Lancar Abadi. UD. Lancar Abadi dalam melakukan pengembangan usahanya tidak terlepas dari kendala. Kebanyakan kendala-kendala yang dialami oleh industri kecil seperti UD. Lancar Abadi dalam menjalankan strategi pemasarannya adalah

kendala berupa pembuatan produk yang tidak sesuai dengan prosedur produk yang ditetapkan oleh UD. Lancar Abadi yang dapat berefek dengan kualitas produk dari UD. Lancar Abadi yang dipasarkan. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Rey Yustina selaku sekretaris UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Kendala yang dialami UD. Lancar Abadi dalam kegiatan pemasarannya ya berupa produk yang dihasilkan para karyawan terkadang keliru dan tidak sesuai prosedur produk yang ditetapkan di perusahaan ini ya mbak”¹³⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi adalah produk yang dibuat oleh para karyawan terkadang tidak sesuai dengan prosedur pembuatan produk yang ditetapkan oleh UD. Lancar Abadi. Dengan pembuatan produk yang tidak sesuai prosedur produk dapat berefek produk UD. Lancar Abadi yang dipasarkan kurang diminati.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Wiji selaku karyawan bagian produksi UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Pemroduksian barang disini dilakukan di rumah karyawan masing-masing ya mbak, jadinya setiap karyawan terkadang membuat barang yang tidak sesuai prosedur pembuatan produk yang ada disini.”¹⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas, pemroduksian barang yang dilakukan oleh karyawan UD. Lancar Abadi dilakukan dirumah masing-masing. Hal ini yang menyebabkan produksi yang dilakukan tidak sesuai

¹³⁹Hasil Wawancara Dengan Ibu Rey Yustina Selaku Sekretaris UD. Lancar Abadi, Tanggal 08 November 2021

¹⁴⁰Hasil Wawancara Dengan Bapak Wiji Selaku Karyawan Bagian Produksi UD. Lancar Abadi, Tanggal 09 November 2021

dengan prosedur pembuatan produk yang dikarenakan tidak langsung diawasi oleh pemilik UD. Lancar Abadi.

Kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi tersebut jika tidak segera diatasi dengan dicari solusi yang tepat dapat mengganggu pemasaran yang dilakukan. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah solusi untuk mengatasi hal tersebut. Dalam mengatasi kendala yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi mengenai kesalahan menjahit yang dilakukan oleh para karyawannya adalah dengan memberikan arahan kepada karyawan yang melakukan kesalahan tersebut, dan menyuruh karyawan yang membuat produk yang tidak sesuai prosedur untuk memperbaiki letak kesalahannya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nanik Setiani sebagai pemilik UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Untuk mengatasi kesalahan menjahit yang dilakukan oleh karyawan disini ya kami memberikan arahan mengenai bagaimana prosedur produk kami mbak. Selain itu, kami juga menyuruh karyawan yang melakukan kesalahan untuk memperbaiki kesalahannya agar produk yang cacat tersebut tidak ikut terbawa ke pasar mbak.”¹⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, solusi yang dibuat oleh pihak UD. Lancar Abadi adalah dengan memberikan arahan supaya kesalahan yang dibuat oleh karyawan semakin kecil, dan menyuruh karyawan yang melakukan kesalahan untuk mempertanggungjawabkan kesalahannya berupa memperbaikinya supaya produk tidak ikut terbawa di pasaran yang

¹⁴¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nanik Setiani Selaku Pemilik UD.Lancar Abadi, Tanggal 09 November 2021

membuat konsumen kecewa dengan produk dari UD. Lancar Abadi yang cacat tersebut.

Selain kendala dalam melakukan kesalahan pembuatan produk. Kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi adalah terletak pada kurangnya variasi yang dilakukan dalam mempromosikan barang. Promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih berupa mengandalkan relasi dan *mouth to mouth* dari para pelanggannya. Promosi tersebut masih terkesan tradisional dan jarang diketahui oleh banyak konsumen. Hal ini berdasarkan pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Imron selaku karyawan bagian distribusi UD. Lancar Abadi sebagai berikut:

“Setahu saya promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih mengandalkan relasi ya mbak.”¹⁴²

Berdasarkan hasil wawancara diatas, promosi yang dilakukan UD. Lancar Abadi masih terkesan tradisional dan masyarakat banyak yang kurang mengetahui produk yang dipasarkan. Kendala promosi tersebut diatasi oleh pihak UD. Lancar Abadi dengan mulai mempromosikan sistem yang baru, yaitu menggunakan media sosial dan mendatangi pasar-pasar sembari membawa contoh produk. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nanik Setiani sebagai berikut:

“Iya mbak. Promosi disini masih terkesan tradisional, namun belakangan ini kami mulai promosi menggunakan media sosial berupa *instagram* dan *facebook*. Selain itu, kami juga mempromosikan produk dengan mendatangi konsumen dengan membawa contoh produk mbak.”¹⁴³

¹⁴²Hasil Wawancara Dengan Bapak Imron Selaku Karyawan Bagian Distribusi UD. Lancar Abadi, Tanggal 09 November 2021

¹⁴³ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nanik Setiani Selaku Pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 09 November 2021

TGU;UO[Berdasarkan wawancara diatas, promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi mulai menggunakan sistem yang baru dan sudah tidak terkesan tradisional. Promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi lebih banyak diketahui oleh konsumen, dan dapat membuat loyalitas konsumennya tercipta.

Kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi yang selanjutnya adalah yang kebanyakan dialami oleh pelaku usaha, yaitu pendapatan yang dipinjam oleh konsumennya. Pinjaman yang dimaksud disini adalah keuntungan hasil penjualan yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi tidak masuk ke kas UD. Lancar Abadi, melainkan hasil penjualan masih dibawa konsumen dan jika UD. Lancar Abadi tidak menyetorkan barang ke konsumen yang bersangkutan uangnya tidak kembali. Jika terus mengirimkan barang ke konsumen yang bersangkutan uang UD. Lancar Abadi yang dibawa konsumen semakin banyak dan mengalami kerugian yang besar.

Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Ibu Rey Yustina sebagai berikut:

“Kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi yang ada di lapangan ya seperti yang dialami oleh semua pengusaha mbak, yaitu uang hasil penjualan dari konsumen tidak keluar mbak. Jika tidak kirim barang uang tidak kembali, jika terus kirim barang rugi yang dilami semakin besar mbak.”¹⁴⁴

¹⁴⁴ Hasil Wawancara Dengan Ibu Reu Yustina Selaku Sekretaris UD. Lancar Abadi, Tanggal 09 November 2021

Solusi yang dilakukan oleh pihak UD. Lancar Abadi adalah sebagaimana yang dinyatakan oleh Ibu Nanik Setiani sebagai berikut:

“Solusi jika ada konsumen yang *lecet* dan *nakal* seperti itu ya kami memilih memutus hubungan kerja sama mbak. Diteruskan atau tidak ya tetap kami yang rugi, ya jadinya kami lebih memilih konsumen yang jujur dan lebih bertanggungjawab.”¹⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Nanik Setiani diatas, solusi yang dilakukan oleh pihak UD. Lancar Abadi lebih memilih memutus hubungan kerjasama dengan konsumen yang *nakal* dan *curang* tersebut. Pihak UD. Lancar Abadi lebih memilih konsumen yang jujur dan bertanggungjawab. Jika kerjasama dengan konsumen yang *nakal* dan *curang* diteruskan, maka kerugian yang didapatkan oleh UD. Lancar Abadi semakin besar.

C. Analisis Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran UD. Lancar Abadi Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi meliputi membuat sebuah produk yang memiliki kualitas yang tinggi. Dengan membuat sebuah produk yang berkualitas tinggi diharapkan dapat menciptakan loyalitas konsumennya. Dengan membuat produk berkualitas, pihak UD. Lancar Abadi mengharapkan dapat menambah konsumen dan tidak membuat konsumen kecewa dikarenakan produknya tidak awet. Selain membuat sebuah produk yang berkualitas tinggi. UD. Lancar Abadi

¹⁴⁵ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nanik Setiani Selaku Pemilik UD. Lancar Abadi, Tanggal 09 November 2021

menetapkan harga dengan melihat semua biaya bahan baku, biaya produksi, dan biaya distribusi. Selain melihat faktor biaya, UD. Lancar Abadi menetapkan harga dengan melakukan observasi di lapangan yang dijadikan pasar sehingga perbedaan harga produk sejenis tidak terlalu jauh.

Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi yang selanjutnya adalah mendistribusikan produk dengan mencari akses yang mudah. Selain mencari akses yang mudah, pengiriman yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi yang berada di luar pulau dilakukan dengan menggunakan jasa ekspedisi pengiriman barang untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Promosi yang dilakukan UD. Lancar Abadi ini masih terkesan tradisional dan belum banyak konsumen yang mengenalnya. Selain promosi *mouth to mouth* dari pelanggan, dan masih mengandalkan relasi yang dimiliki.

2. Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran UD. Lancar Abadi Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen

Kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi dari segi internal adalah kesalahan menjahit yang dilakukan oleh karyawan UD. Lancar Abadi yang tidak sesuai dengan prosedur pembuatan produk. Solusi yang dilakukan pemilik UD. Lancar Abadi adalah dengan menyuruh karyawan memperbaiki jahitannya agar kualitas produk bagus dan tidak membuat konsumen kecewa.

Kendala selanjutnya yang dialami oleh UD. Lancar Abadi dalam melakukan strategi pemasarannya adalah Promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi masih menggunakan *mouth to mouth* dari pelanggan. Solusi yang dilakukan UD. Lancar Abadi adalah mulai memanfaatkan media sosial berupa *instagram* dan *facebook*. Mengingat media sosial pada zaman sekarang banyak penggunanya, sehingga dengan mempromosikan produk di media sosial banyak diketahui oleh konsumen dan UD. Lancar Abadi mempromosikan barangnya dengan mendatangi konsumen sembari membawa contoh produk.

Selain dari promosi, kendala yang dialami oleh UD. Lancar Abadi uang hasil penjualan barang tidak masuk ke kas UD. Lancar Abadi yang dikarenakan oleh konsumen yang *curang* dan *nakal*. Sehingga jika terus barang dikirimkan maka akan mengalami kerugian yang semakin besar, dan jika tidak mengirimkan barang maka uang penjualan yang sudah-sudah hilang. Oleh sebab itu, solusi yang digunakan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan memutus hubungan kerja dengan konsumen yang seperti itu dan mencari konsumen yang jujur dan bertanggung jawab walaupun mengalami kerugian karena uang hasil penjualan tidak dapat ditarik.