

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Outfit Tulungagung

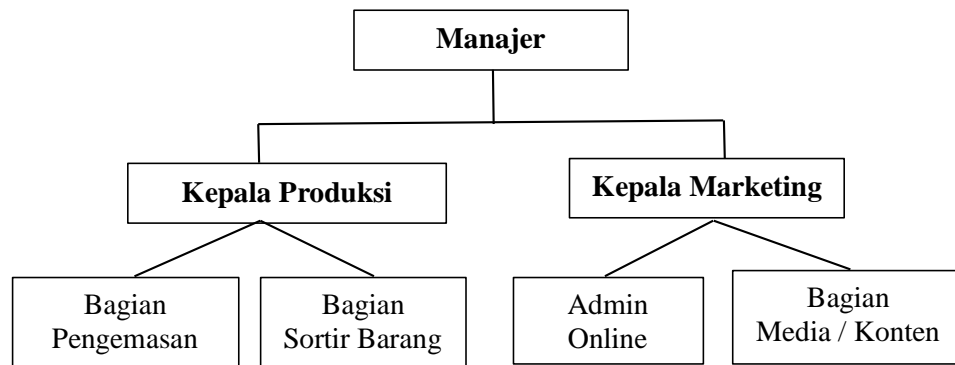
Sejarah berdirinya saat dimulai adanya *Covid-19*, Rizal Ananda Mulya adalah pemilik dari usaha Outfit Tulungagung yang sebelumnya bisnis jualan pentol yang merugi akibat pandemi *Covid-19*. Akhirnya bisnis pentol sama bakso dilepas terus mencari solusi lain yang tidak terdampak dengan *Covid-19*. Saat itu karena bisnis *offline* itu pasti terdampak dengan *Covid-19* lebih besar, jadi Rizal kepikiran untuk berjualan *online*. Sehingga terjadilah atau munculah ide untuk mendirikan toko *online* outfit Tulungagung yang melakukan penjualan melalui *marketplace shopee*.

Outfit Tulungagung beralamat di Perumahan Sobontoro Permai Blok-O Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu usaha *online* yang sudah merambah ke banyak konsumen diberbagai daerah. Produk yang di jual itu sebenarnya adalah pada baju PL *import*. Yang mana baju tersebut adalah baju bekas, fokusnya di baju bekas ini adalah baju cewek. Baju cewek banyak macamnya, banyak modelnya. Oleh karena itu dipilih jualan baju cewek bagian bahan rajut seperti *cardigan* dan *sweater*.

Dalam menjalankan bisnisnya Rizal yang menjadi *leader* kemudian ada beberapa kru yang membantu yang mana kru tersebut itu menjalankan tugas yang sesuai dengan apa yang diperintahkan. Beberapa kru tersebut diantaranya sebagai kru bagian *host*, ada kru bagian *co-host*, ada kru bagian packing yang

melakukan penulisan resi, ada kru bagian rekap data. Jadi terdapat macam-macam untuk strukturnya atau pembagian *jobdesk* nya. Berikut merupakan struktur organisasi dari Outfit Tulungagung

Gambar 4.1 Struktur Kerja Outfit Tulungagung



Keterangan

Manajer : Rizal Ananda Mulya

Kepala Produksi : Nisa

- Bagian Pengemasan : Uswah, Niken, Septi, Ika, Ana, Winda, Lilik

- Bagian Sortir : Fina, Sofi

Kepala Marketing : Febril

- Admin Online : Nadia, Siva

- Media / Konten : Nizam, Sinta, Bella

Struktur organisasi menggambarkan tugas, wewenang dan tanggungjawab masing-masing bagian. Pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab yang bergambar dalam struktur organisasi akan mempermudah dalam melakukan pengendalian. Setiap anggota memiliki

kewajiban sendiri sendiri sesuai apa yang dibebankan oleh perusahaan. Berikut merupakan rincian pekerjaan yang harus dilakukan dari setiap bagian dari Outfit Tulungagung :

1. Manajer

Bertugas mengelola, mengatur dan bertanggung jawab setiap kegiatan yang dilakukan oleh Outfit Tulungagung. Jalannya perkembangan bisnis sangat ditentukan oleh manajer sehingga peran manajer dalam bisnis online ini sangat vital untuk kemajuan bisnis yang dijalankan.

2. Kepala Produksi

Kepala produksi bertugas mengatur efisiensi dari produksi dan melakukan pencatatan stok barang yang dilakukan oleh perusahaan agar lancar dan tidak ada kendala yang meliputi :

- a. Bagian Pengemasan, bertugas melakukan kegiatan pengemasan produk yang akan dikirim seperti menulis alamat pengiriman, menyiapkan pesanan barang, kemudian melakukan packing
- b. Bagian Sortir Barang, ketika produk masuk terdapat banyak sekali barang yang berbeda-beda jenis. Bagian sortir barang bertugas melakukan pilah barang dan memberishakannya kemudian ditata dietalase agar memudahkan bagian pengemasan mengambilnya.

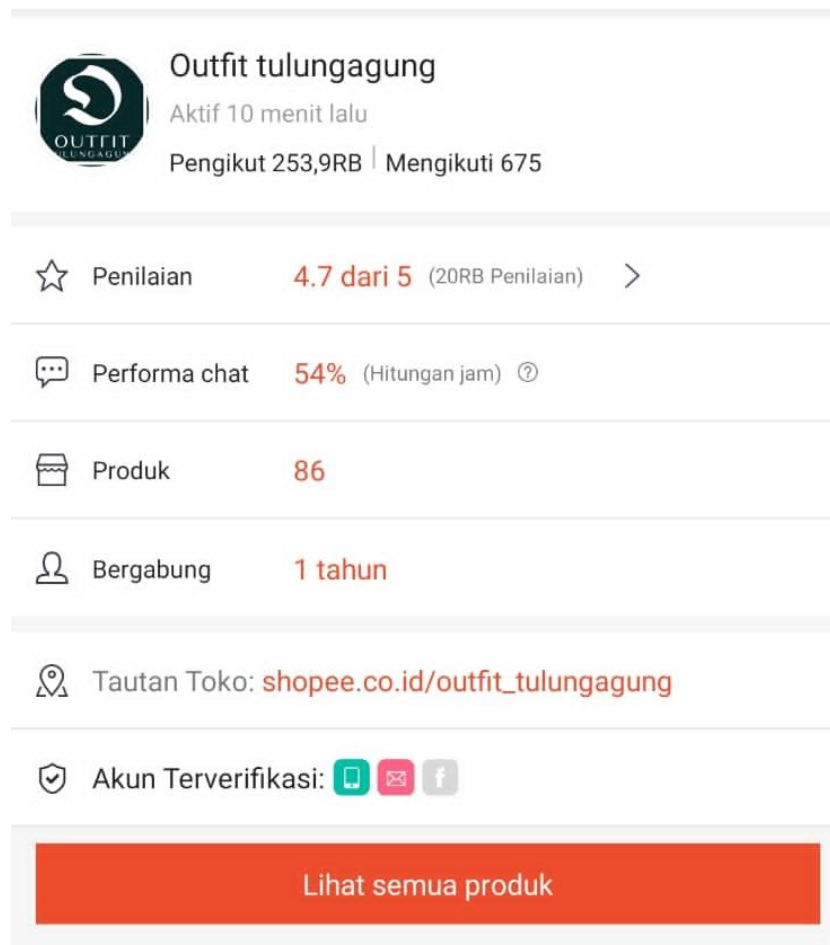
3. Kepala Marketing

Bertugas dan bertanggung jawab dalam setiap agenda marketing yang dilakukan oleh Outfit Tulungagung. Mulai dari pembuatan konten, membalas chat konsumen dan memberitahu bagian pengemasan tentang

produk yang akan dikirim.

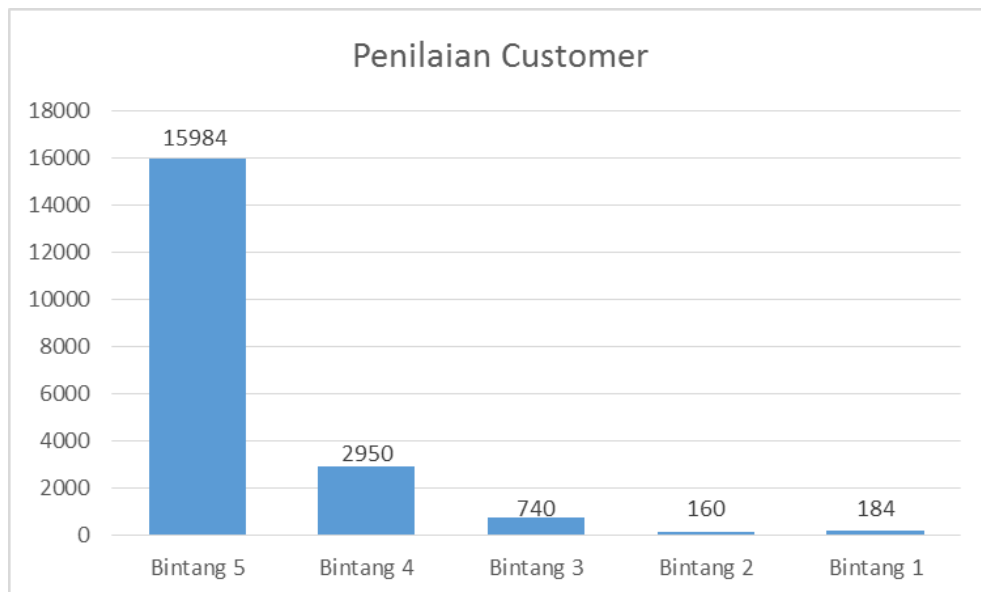
- a. Admin Online, bertugas menjadi admin dari akun media yang dimiliki Outfit Tulungagung, membalas chat konsumen dan memberitahu bagian pengemasan tentang produk yang akan dikirim.
- b. Media / Konten, bertugas melakukan proses foto produk, editing, kemudian melakukan posting di media, selain itu juga membuat konten agar menarik dan diminati konsumen selanjutnya dapat meningkatkan penjualan.

Media *online* yang dipakai untuk promosi sementara ini masih menggunakan *marketplace* Shopee dan dibantu dengan Instagram. Tetapi untuk Instagram tidak begitu lancar sehingga fokus utama adalah penjualan menggunakan *marketplace* shopee yang lebih mudah serta juga banyak disukai kalangan anak muda. Berikut merupakan gambaran umum akun shopee dari Outfit Tulungagung

Gambar 4.3 Akun Shopee Outfit Tulungagung

Sumber Akun Shopee Outfit Tulungagung

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat jumlah pengikut dari akun shopee Outfit Tulungagung sebanyak 253,9 ribu orang. Memiliki penilaian 4.7 dengan peforma chat dibalas 54%. Berikut merupakan penilaian customer dari akun shopee Outfit Tulungagung.

Gambar 4.4 Penilaian Customer Outfit Tulungagung

Sumber Akun Shopee Outfit Tulungagung

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat hasil dari penilaian customer dari akun shopee Outfit Tulungagung. Sebanyak 15.984 customer memberikan bintang 5, sebanyak 2.950 customer memberikan bintang 4, sebanyak 740 customer memberikan bintang 3, dan sebanyak 160 customer memberikan bintang 2, serta sebanyak 184 customer memberikan bintang 1. Penilaian ini memberikan gambaran mengenai kepuasan konsumen tentang penjualan produk dari Outfit Tulungagung.

B. Temuan Penelitian

1. Perencanaan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Hasil Penjualan

Suatu perencanaan sangatlah diperlukan adanya ketepatan agar diperoleh hasil yang sesuai dengan apa yang direncanakan. Oleh

karenanya perlu adanya pedoman suatu proses perbuatan, mempraktekan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu serta untuk mencapai keinginan atau tujuan.

Digital marketing pada era saat ini sangatlah menjadi sesuatu bisnis yang menjanjikan dan tentunya juga diperlukan perencanaan yang tepat pula. Pernyataan Mas Rizal Ananda selaku pemilik usaha Outfit Tulungagung pentingnya perencanaan adalah sebagai berikut :

“Perencanaan dalam suatu usaha atau bisnis sangatlah diperlukan karena hal ini menjadi dasar atau acuan keberhasilan usaha atau bisnis yang dilakukan. Dalam bisnis Outfit Tulungagung sudah ada rencana yang akan dijalankan biasanya saya susun sendiri bersama dengan tim. Rencana-rencana ini terkait beberapa aspek tentang pengembangan bisnis terutama mengenai kedepannya seperti promo, postingan, hosting semua ada jadwal yang harus dikerjakan oleh masing-masing yang memiliki jobdesk didalamnya. Sehingga ini sangatlah penting untuk lebih efektif dan meminimalisir kesalahpahaman pekerjaan antar kru yang ada. Bisnis *online* merupakan bisnis yang menjanjikan terutama untuk khalayak muda, saat ini banyak sekali anak-anak muda yang tertarik dengan bisnis *online* ini tetapi juga tidak jarang mereka kesulitan dan bahkan gagal karena beberapa aspek. Aspek utama yaitu dalam perencanaan sangatlah diperlukan kejelian dan ketepatan dalam mengambil keputusan. Contoh kasus dalam outfit Tulungagung direncanakan bagaimana jam yang teoat untuk *life streaming, posting, story* dll. Semuanya diperlukan ketepatan dalam perencanaan semua direncanakan baik mingguan bulanan unrtuk jangka panjang ataupun jangka pendek. Hal pokok yang tidak dapat diabaikan lagi yakni seperti cara iklan yang tepat sesuai dengan jam waktu tayang dan memperoleh pencarian terbaik pada konsumen inilah yang menjadi sasaran kami agar setiap harinya terus ada prospek dan pengembangan. Dalam perencanaan semua kru harus terjadi kesinambungan saling mendukung satu sama lainnya agar rencana dapat terealisasikan. Koordinasi juga perlu agar nantinya jika ada masalah semua bisa

saling membantu dan menyelesaikannya.”⁸¹

Hal ini selaras dengan pernyataan Mbak Febril selaku bagian marketing pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Perencanaan sudah dilakukan secara teratur karena itu menjadi hal wajib yang harus dilakukan. Karena tanpa adanya perencanaan tentunya semua tidak akan berjalan dengan baik. Semua harus direncanakan karena bisnis Outfit Tulungagung adalah bisnis *online* yang mana setiap harinya harus ada inovasi-inovasi agar tidak membosankan dimata konsumen. Kalau disini selalu ada monitoring dan evaluasi dari pemilik usaha biasanya dilakukan mingguan untuk evaluasi dan monitoring. Kalau perencanaan terkadang fleksibel tapi selalu diagendakan setiap bulannya. Hal ini selalu efektif dilakukan suapaya juga tidak salah koordinasi antar tim satu dengan yang lainnya. Perencanaan sangat membantu dan memudahkan tugas kami sebagai tim marketing dan pekerja lainnya.”⁸²

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Kalau jangka pendek yang dilakukan adalah mempersiapkan beberapa hal untuk waktu kedepan. Seperti mungkin di shopee ada *big sale* bulananan dari kami semua sudah siap apa yang akan dilakukan karena biasanya membludak pesanan yang ada. Dari produksi sendiri dipersiapkan stok barang dan tempat pengemasan. Hal ini sangatlah penting soalnya pasti semua anggota tim kewalahan mengatasi pesanan yang ada.”⁸³

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan jika perencanaan sangatlah penting untuk keberlanjutan suatu bisnis dan

⁸¹ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

⁸² Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

⁸³ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

pengembangannya kedepan. Terutama dalam bisnis digital yang sedang menjadi era baru dalam dunia bisnis saat ini. Jika tidak ada perencanaan bisa jadi semua akan sulit terkordinasi dengan baik sehingga target dan tujuan perusahaan sukar untuk terealisasikan. Oleh karenanya sangatlah perlu adanya perencanaan yang penting dalam suatu bisnis. Pada bisnis Outfit Tulungagung selalu ada perencanaan baik itu mingguan ataupun bulanan hal ini dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan dilapangan jangka pendek menengah ataupun jangka panjang selain itu juga untuk mempermudah kordinasi antar lini karyawan yang ada.

Setiap bisnis tentunya harus ada perencanaan jangka panjang untuk menunjang bagaimana prospek bisnis itu kedepannya. Perencanaan ini diharapkan untuk dapat mempermudah dan memaksimalkan usaha untuk beberapa waktu yang akan datang. Pada bisnis *online* Outfit Tulungagung semua direncanakan sesuai apa yang diinginkan hal ini dilakukan agar semua terarah dan tepat sasaran. Berikut Pernyataan Mas Rizal selaku pemilik usaha Outfit Tulungagung adalah sebagai berikut :

“Perencanaan jangka panjang sendiri di outfit Tulungagung saat ini masih ada sebatas rencana saja seperti apa yang akan kami lakukan untuk kedepannya entah beberapa tahun yang akan datang seperti misal nanti akan buka toko *offline* sendiri, produk bisa lebih banyak dan beraneka ragam, perluasan tempat usaha, dan menambah perluasan media digital yang tidak hanya menggunakan akun shopee atau instagram saja melainkan juga dengan website, youtube, dan lain sebagainya. Karena perkembangan dunia digital ini sangatlah cepat dalam setahun atau dua tahun sangat pesat hal ini karena bisnis kami bidang digital marketing maka kami juga harus luwes dan fleksibel dalam

menghadapi perkembangan teknologi yang sangat pesat ini pula. Kita dituntut kreatif dan inovatif karena dalam digital marketing sangat dituntut kreatif dan inovatif dikarenakan kita jualan dari jarak jauh dan harus kelihatan menarik tampilan produk yang dijual.”⁸⁴

Seperti pernyataan Mbak Febril selaku bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

”Untuk perencanaan jangka panjang sering kali diomongkan mas Rizal untuk melakukan ini itu agar memperluas pasar. Tentu pasti ada dan ini masih sebatas list saja dan beberapa sudah mulai dikerjakan seperti membuat beberapa akun media sosial yang nantinya untuk menambah dan memperluas pemasaran. Sangatlah penting ini dilakukan supaya nantinya tetap sesuai dengan perkembangan di era digitalisasi ini.”⁸⁵

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Outfit Tulungagung sendiri untuk jangka panjang sudah ada beberapa planning dari mas Rizal selaku pemilik, seperti membuka toko baru, membuat akun dimedia lainnya, pokoknya menambah dan memperluas pasar agar lebih luas jangkauannya. Untuk produksi mungkin nanti pakai alat yang lebih canggih lagi agar bisa lebih cepat prosesnya. Kan itu juga ada alat-alat yang mempermudah untuk strika, melipat baju ataupun mencuci biar lebih cepat prosesnya sehingga nantinya juga bisa lebih besar output produk yang dihasilkan.”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara dilakukan diperoleh kesimpulan jika perencanaan jangka panjang sendiri di outfit Tulungagung

⁸⁴ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

⁸⁵ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

⁸⁶ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

kedepannya seperti akan buka toko *offline* sendiri, produk bisa lebih banyak dan beraneka ragam, perluasan tempat usaha, dan menambah perluasan media digital yang tidak hanya menggunakan akun shopee atau instagram saja melainkan juga dengan *website* atau *youtube*. Perencanaan jangka panjang sangatlah penting karena dalam digital marketing sangatlah dituntut memahami teknologi sesuai dengan perkembangan zaman.

2. Pelaksanaan *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Daya Saing

Penggunaan internet oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah memudahkan mendapat informasi secara instan dan efisien. Digital marketing diperlukan untuk mempermudah dalam mencapai target pemasaran serta tetap eksis dalam persaingan antar usaha satu dengan yang lainnya, baik serupa maupun berbeda dalam pemasarannya.

Setelah melakukan perencanaan kemudian dilakukan pelaksanaan, pelaksanaan merupakan suatu hasil dari suatu perencanaan yang mana pelaksanaan yang bagus haruslah sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai pelaksanaan digital marketing dalam bisnis yang dijalankannya

“Perencanaan yang bagus adalah yang sesuai dengan apa yang dikerjakan dilapangan. Semua harus sesuai, di Outfit Tulungagung setiap kru memiliki tanggung jawab sendiri untuk pelaksanaan disetiap bidangnya. Jadi mereka harus saling melengkapi dan bekerja sama dalam menjalankan setiap tugas

yang dibebankan. Pelaksanaan Digital Marketing dilakukan setiap saat setiap hari sesuai dengan rencana yang disusun sebelumnya.”⁸⁷

Pernyataan ini didukung Mbak Febril selaku bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Pelaksanaan digital marketing selalu dikontrol dan dikelola dengan baik seperti saat *live streaming* di shopee kami semua kru tidak bisa melakukan hal seenaknya sendiri melainkan harus sesuai dengan apa yang direncanakan atau diinstruksikan pimpinan.”⁸⁸

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Kalau disini pelaksanaan yang dilakukan harus konsisten dan tepat waktu karena ini nanti juga akan mempengaruhi minat beli konsumen. Kebanyakan dari konsumen suka yang gratis ongkir pada saat itu kami semua harus siap gan gercep untuk saat-saat tersebut. Harus ada yang membedakan lah intinya agar produk yang kita miliki mampu memberikan ciri khas dimata konsumen, sehingga tidak kalah saing.”⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan pelaksanaan digital marketing di Outfit Tulungagung dilakukan dengan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Setiap kru harus saling melengkapi dan bekerja sama dalam menjalankan setiap tugas yang dibebankan. Pelaksanaan Digital Marketing dilakukan setiap saat setiap hari sesuai dengan rencana yang disusun sesuai apa yang dibutuhkan

⁸⁷ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

⁸⁸ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

⁸⁹ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

dalam digital marketing.

Minat beli konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti produk, harga, distribusi, dan promosi dari produk yang dilakukan. Seperti halnya dalam dunia digital marketing tidak menutup kemungkinan dari faktor tersebut menjadi acuan dalam peningkatan minat beli konsumen. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai peningkatan minat beli konsumen dalam bisnis yang dijalankannya

“Untuk meningkatkan minat beli konsumen Outfit Tulungagung melakukan beberapa trik Seperti saat *live streaming* di shopee itu kan ada banyak banget. Ada banyak, ratusan orang *live streaming* setiap harinya di jam yang sama di detik yang sama. Apa sih yang mempengaruhi biar toko rame dapat dilihat dari segi cara *host* bicaranya trus cara penjualannya bahkan di setiap *live streaming* di setiap akun itu beda-beda sistem kerjanya. Misalnya di Outfit Tulungagung sama di toko lain mungkin yang ada di Kediri gitu sudah beda. Jadi hal itu juga mempengaruhi daya saing. Kalo di outfit Tulungagung itu, keunggulannya kan *live streaming* nya cepet, bajunya juga emang bagus-bagus dan murah-murah. Nah mungkin di toko lain meskipun harganya sama, tapi cara pembawaannya beda jadi kayak *feel* (perasaan) orang yang nonton itu sudah beda. Selain itu, kalau di outfit Tulungagung itu cepet, maksudnya cepet itu perputaran bajunya cepet. Karena stok baju di outfit Tulungagung itu banyak banget. Beda sama toko lain. Mungkin toko lain itu gak bisa cepet karna terkendala di stoknya.”⁹⁰

Pernyataan ini didukung Mbak Febril selaku bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Pelaksanaan yang biasa dilakukan yakni seperti *live streaming*,

⁹⁰ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

iklan di shopee, terus juga chat konsumen langsung menawarkan produk, memberikan promo atau potongan harga, membuat hashtag yang sesuai agar pencarian selalu diatas, kira-kira hal itulah yang harus dilaksanakan agar minat beli konsumen terus ada. Selain itu kami juga membuat paket-paket untuk konsumen yang mau join bisnis dengan kita. Selain itu kita juga mengajak konsumen untuk memberikan rating dan komen tentang produk kita hal ini sangat memberikan acuan untuk calon pembeli baru percaya pada produk kami. Banyak juga yang memberikan komen bagus barang harum pengemasan rapi dst. Hal ini juga menjadi media pemasaran yang bagus untuk meningkatkan minat calon pembeli baru berikutnya.”⁹¹

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Untuk meningkatkan minat beli konsumen tentunya produknya juga harus bagus terutama saat foto karena sistemnya lewat *online shop*. Kalau diproduksi kami semua tim sangat dituntut untuk rapi dan telaten dalam mengurus segala keperluan yang akan dipasarkan. Hal yang paling penting lagi yakni cara pengemasan tidak boleh sembarangan harus rapi. Karena di shopee sendiri juga ada penilain pengemasan dari konsumen sehingga penjual dituntut harus rapi agar memperoleh penilaian baik dari konsumen.”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara diatas upaya yang dilakukan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Outfit Tulungagung meliputi *live streaming*, iklan di shopee, terus juga chat konsumen langsung menawarkan produk, memberikan promo atau potongan harga, membuat hashtag yang sesuai agar pencarian selalu diatas. Selain itu

⁹¹ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

⁹² Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

dalam marketing harus memiliki kecekatan yang membedakan dengan akun lainnya agar konsumen tertarik melihatnya.

Strategi dalam pemasaran yang tepat mampu menarik minat konsumen pada produk yang dipasarkan. Seperti bisnis pada Outfit Tulungagung atau perusahaan lain yang memiliki strategi masing-masing dalam membidik pelanggan untuk dapat menciptakan konsumen yang loyal terhadap produk yang disukainya. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai strategi pemasaran dalam bisnis yang dijalankannya.

“Strategi pemasaran Outfit Tulungagung menggunakan media sosial dan media *online* yaitu dengan menggunakan shopee dan instagram sebagai bahan tambahan memasarkan produk ke konsumen. Di media sosial kita gencarkan dalam pemasaran melalui iklan bahkan juga endors dari akun yang memiliki cukup banyak pengikut. Biasanya hal seperti ini sangat efektif dalam mencari konsumen baru produk kami. Kemuadian biasanya kita arahkan ke shopee soalnya di shopee sering ada gratis ongkir sehingga jadi lebih murah dan itu juga baik untuk meningkatkan rating penjualan di akun shopee Outfit Tulungagung itu sendiri agar lebih besar produk yang terjual. Dan yang paling penting dalam dunia *online* seperti ini kita harus memberikan produk yang bagus agar tidak kecewa konsumen yang membeli produk kita. Produk juga harus sesuai dengan deskripsi yang ada dan tidak boleh salah kirim produk, pengemasan juga harus rapi karena jika terjadi komplain yang jelek ini pastinya akan mempengaruhi minat beli konsumen baru. Dari komen konsumen bagus bisa jadi strategi pemasaran terbaik kita dan juga bisa menjadi bumerang yang menjelekan produk itu sendiri. Ya itulah susahnyanya dunia maya yang serba onlin yang dilakukan dari jarak yang jauh pun kita bisa membeli suatu produk sesuai apa yang kita inginkan. Kuncinya ya cermat dan tepat dalam setiap strategi pemasaran

suatu produk.”⁹³

Pernyataan ini didukung Mbak Febril yang juga bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Pemasaran itu harus memiliki strategi yang tepat karena ini akan sangat menentukan terjualnya produk juga. Strategi disini ya melalui akun medsos untuk lebih memperbanyak produk kami. Selain itu juga melalui marketing yang disediakan di shopee sendiri seperti beberapa fitur *live streaming*, dan *story*. Ini cukup efektif kok karena sejauh ini setiap harinya banyak sekali konsumen yang membeli produk kami.”⁹⁴

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Outfit Tulungagung untuk strategi pemasaran dilakukan melalui beberapa media sosial yang digunakan dengan teknik promosi agar konsumen tertarik untuk membeli produk, selain itu *feedback* yang bagus dari konsumen juga merupakan strategi pemasaran yang sangat bagus. Seperti misalnya ada konsumen yang memberikan review dari produk kami misalnya yang memberikan kepercayaan lain untuk menarik konsumen berikutnya.”⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan jika strategi pemasaran yang tepat sangat mempengaruhi seberapa banyak hasil penjualan produk. Strategi dari Outfit Tulungagung sendiri mencakup media sosial yang digunakan baik itu instagaram, facebook atau media lainnya yang digunakan untuk menarik minat

⁹³ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

⁹⁴ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

⁹⁵ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

konsumen. Selain itu juga menggunakan beberapa fitur dari akun shopee seperti iklan shopee, *live shopee*, dan *story* di shopee yang dilakukan secara konsisten dan berkala. Sejauh ini sudah cukup efektif untuk meningkatkan penjualan produk di Outfit Tulungagung itu sendiri.

Perencanaan yang dilaksanakan efektif tidaknya dilihat dari target dan sasaran yang sebelumnya telah direncanakan. Hal ini akan menjadi bahan evaluasi agar kesalahan-kesalahan yang sebelumnya terjadi tidak terjadi lagi. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik ubisnis Outfit Tulungagung mengenai kesesuaian target dan sasaran dalam peencanaan bisnis yang dijalankannya :

“Perencanaan yang telah tersusun dalam semua program Outfit Tulungagung hampir seluruhnya sesuai dengan apa yang direncanakan. Seperti jadwal-jadwal *posting* dan *live streaming* semua yang telah disusun sesuai dengan apa yang sebelumnya direncanakan. Biasanya juga ada kendala soal kru yang sakit atau berhalangan tapi dari saya selalu mencari solusi yakni menginstruksikan kru lain untuk menghandel. Jika kru juga idak bisa biasanya saya sendiri yang turun tangan. Ini sangat perlu dilakukan agar jadwal perencanaan tetap sesuai dengan agenda yang direncanakan sebelumnya. Dan yang menjadi catatan penting dalam bisnis digital seperti ini kuncinya adalah telaten, giat dan tidak mudah menyerah guna ters bisa meningkatkan omzet penjualan.”⁹⁶

Berikut merupakan pernyataan Mbak Febril selaku bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Kalau di Outfit Tulungagung sendiri hampir semuanya kami

⁹⁶ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

sebagai karyawan mengikuti arahan dari mas Rizal. Perencanaan yang dilakukan disini sudah sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya walau terkadang juga terdapat kendala tetapi semua sudah teratasi. Untuk target dan sasaran secara keseluruhan sudah sesuai dan tepat dengan perencanaan yang dilakukan.”⁹⁷

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Semua yang dilakukan sesuai instruksi dari atasan sesuai dengan apa yang telah disusun sebelumnya. Seperti bagian produksi sudah ada planning yang dibuat sebelumnya hal ini juga agar mempermudah kordinasi antar anggota tim.”⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan jika perencanaan di Outfit Tulungagung telah sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Semua dilakukan dengan penuh koordinasi antar karyawan dan saling melengkapi kekurangan sehingga keseimbangan dalam manajemen Outfit Tulungagung terus terjaga dan tidak terjadi masalah yang berlarut-larut.

3. Kendala Penerapan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Hasil Penjualan dan Daya Saing

Setiap usaha yang berjalan memiliki tentunya memiliki kendala dalam setiap proses bisnis yang dilakukan, tidak terkecuali dalam bisnis outfit Tulungagung yang memiliki berbabagi kendala yang ada seperti kendala pada sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan

⁹⁷ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

⁹⁸ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

faktor penunjang yang sangat penting khususnya dalam dunia digitalisasi yang mana harus menggunakan sumber daya manusia yang kompeten dan tahu perkembangan zaman. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai kendala digital marketing dalam bisnis yang dijalankannya.

“Outfit Tulungagung dalam menjalankan bisnis digital marketing menggunakan anak-anak muda yang paham terutamanya dalam digitalisasi. Harus selektif juga dalam memilah mereka yang kompeten atau tidak. Cukup sulit mencari orang yang tepat untuk disertai akun media seperti ini soalnya. Biasanya kami membuat info lowongan kerja terus ada beberapa berkas yang masuk dari situ saya lihat yang memenuhi kriteria saya ambil untuk wawancara dan kemudian dilakukan masa percobaan selama dua minggu kalau dianggap mampu ya bisa lanjut. Namun ada pula yang 3 hari menghilang sendiri entah kemana juga ada mungkin dari orangnya yang tidak mampu untuk digital marketing. Karena kami selalu ada target dan tekanan jika tidak memenuhi jadi sangatlah diperlukan kecerdasan dan mental yang kuat untuk bergabung di tim kami.”⁹⁹

Pernyataan ini didukung Mbak Nisa yang juga bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Para pekerja disini semua anak-anak muda, dari yang lulusan SMA juga ada sarjana juga ada. Ya memang terus ada target ada yang tidak kuat dan kemudian menyerah dan keluar. Jadi ga semudah yang dibayangkan banyak orang. Kebanyakan hal itu yang menjadi kesulitan dalam mencari pekerja baru. Tetapi sebenarnya kami selalu meyakinkan mereka juga sih jika bisa tergantung pribadi masing-masing juga soalnya. Seperti contoh lagi bagian marketing seperti saya sangat dituntut terampil berbicara dan memasarkan produk. Jadi ya harus punya keahlian untuk dapat memenuhi target penjualan Outfit Tulungagung.”¹⁰⁰

⁹⁹ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

¹⁰⁰ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Dari sekian kru Outfit Tulungagung yang sering keteteran adalah dari tim produksi yang mana pada saat tertentu kami semua bisa sampai larut untuk memenuhi pesanan konsumen. Soalnya misal ditunda sehari saja itu juga sangat mempengaruhi penilaian dari konsumen. Entah komplain lama pengiriman atau apalah, jadi kami selalu meminimalisir penilaian buruk dari konsumen. Sehingga di bagian produksi dan pengemasan harus ada sumberdaya manusia yang tangguh dan berpengalaman agar tidak terjadi kesalahan pada produk yang akan dikirimkan.”¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan jika kendala sumber daya manusia di Outfit Tulungagung adalah mencari seorang yang benar-benar kompeten dan memahami teknologi di era digitalisasi ini. Setiap bulan selalu ada target yang harus dipenuhi sehingga sangat diperlukan orang-orang yang cerdas dan memiliki ketangguhan mental yang kuat.

Selanjutnya dalam mengenai produk yang dijual, Suatu usaha sangatlah bergantung pada produk yang dijual apakah produk itu menarik atau tidak sehingga sangat diperlukan cara bagaimana agar calon pembeli merasa tertarik pada produk yang dijual. Pada Outfit Tulungagung merupakan usaha *online* dengan produk yang di jual adalah pada baju PL *import* yang mana memiliki kekurangan pula dalam penerapannya. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal

pada Tanggal 01 Juli 2021

¹⁰¹ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai kendala produk digital marketing dalam bisnis yang dijalankannya

“Produk kami adalah baju PL import yang mana ini adalah baju bekas namun masih bagus dan layak dipakai. Kami membeli dalam jumlah besar yang dikirim kemudian kami pilah dan diolah mana yang bagus dan tidak. Terkadang pusing juga soalnya belinya berapa ton gitu kemudahan diolah agar lebih bagus dicuci kembali distrika dll. Pokonya agar kelihatan menarik lagi seperti baru. Baju bekas ini juga susah-susah gampang untuk menarik konsumen karena ya namanya tetap baju bekas. Banyak yang suka dan banyak yang mencela.”¹⁰²

Pernyataan ini didukung Mbak Febril yang juga bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Baju bekas selain harganya murah juga *branded* untuk kalangan yang suka barang-barang *branded* namun dengan harga lebih murah dibandingkan yang baru. Barang datang dipilah-pilah semua dibersihkan dan ditata dengan baik agar menarik. Kalo dibandingkan secara fisik ya jauh sama barang baru. Tapi ya harus pintar-pintar mengakali bagaimana barang bekas ini tidak kalah dengan yang baru.”¹⁰³

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Produk kami adalah baju bekas yang disulap menjadi lebih bagus dan tidak kalah dengan yang baru. Perlu ketelatenan untuk menghasilkan produk yang lebih memiliki harga jual. Tim produksi sendiri bertugas sortir, memilah dan menyiapkan barang yang akan dikirim. Yang harus diperhatikan adalah terkadang juga ada kejadian stok di online shop tidak sebanding dengan yang di toko jadi ya terpaksa harus kirim pesan ke konsumen agar menunggu. Ya dari itu terkadang kendala produk

¹⁰² Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

¹⁰³ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

dari outfit Tulungagung. Seing juga ada yang komen produk kurang bagus, ya kan baju bekas jadi sudah sewajarnya. Anggota kru harus menjawab komen dengan ramah dan memberikan tanggapan yang baik konsumen agar konsumen tidak sepenuhnya kecewa pada produk kami.”¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan jika kendala produk di Outfit Tulungagung adalah jenis barang yang dijual yaitu baju bekas yang mana memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Namun semua dipilah dan disortir sesuai jenis dan agar kelihatan lebih menarik lagi untuk dijual ke konsumen. Semua proses dikerjakan oleh beberapa kru untuk menjadikan baju bekas tidak kalah dengan yang baru, proses lain yang merupakan sesuatu yang harus terlihat abik adalah proses foto produk terutama dengan tata kelola letak dan pencahayaan yang baik agar lebih menarik minat konsumen.

Bisnis digital marketing merupakan bisnis yang memiliki banyak prospek bagus kedepannya, akan tetapi semua itu juga tidak lepas dari beberapa kendala yang dihadapi oleh penggunanya. Dari aktivitas pemasaran digital sangat memungkinkan terdapat pengaruh dari elemen pemasarannya, seperti dari sisi produk, harga, tempat, dan sistem pendistribusian. Berikut merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai kendala digital marketing dalam bisnis yang dijalkannya

“Kalau kendala digital marketing mungkin kadang itu kita sudah berupaya untuk selalu mengoptimalkan. Entah itu durasi

¹⁰⁴ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

streaming dimaksimalkan, baju-bajunya yang dikeluarkan itu yang kualitas premium, yang bagus-bagus, trus harganya murah. Tapi kadang itu kendalanya di luar dugaan. Kendala itu, kadang kan udah optimal dalam persiapannya, tapi ternyata sinyalnya error, jadi menghambat *live streaming* nya. Seharusnya rame Tapi karena sinyalnya error jadinya putus-putus sehingga orang-orang jadi malas melihat. Trus ada lagi kendalanya itu, misalnya udah rame itu *streaming* nya, tapi omsetnya tidak mengalami peningkatan karena banyak yang PHP. Misalnya, saat *live streaming* itu sudah banyak yang pesen udah banyak yang order tapi tidak jadi dibayar. Itulah yang menjadi kendala kami saat ingin meningkatkan hasil penjualan. Tapi ya apa daya banyak yang PHP. Trus kendala tempat juga sih. *Live streaming* di outfit Tulungagung itu ada 13 jam. Nah setiap harinya itu an durasinya sama 13 jam. Tapi yang didapatkan itu beda. Bedanya ya itu tadi mungkin dari kendala sinyal, mungkin pas lagi sepi, sepi sama ramanya kan juga mempengaruhi. Kalau lagi rame-ramanya gitu kadang tempat itu bisa tidak muat. Jadi kalau mau menata bajunya itu bingung mau diletakkan di mana. Itu kan juga jadi kendala. Sebenarnya senang juga kalau rame begitu, namun karena kendala tempat yang kurang luas, sehingga kadang bingung bagaimana untuk membuat kerjanya jadi efektif. Bagaimana biar tempatnya cukup dan durasi *live streaming* nya tetap lama.”¹⁰⁵

Pernyataan ini didukung Mbak Febril yang juga bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Dalam *digital marketing* juga tidak selancar apa yang dibayangkan, seringkali juga terjadi banyak kendala. Seperti sinyal yang buruk itu yang biasanya sering kali terjadi. Dan paling sering adalah saat *live streaming* banyak yang order namun tidak jadi pesan. Kemudian biasanya sering terjadi terlambat dalam kirim karena biasanya saat ada promo spesial gratis ongkir misalnya ini membludak pesanan, sampai kebingungan dalam koordinasi karena terlalu banyak yang harus dipersiapkan.”¹⁰⁶

¹⁰⁵ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

¹⁰⁶ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Beberapa kali juga sering kami videokan stok barang yang ada, cara pengemasan dan penyortiran yang dilakukan oleh tim produksi dari Outfit Tulungagung. Hal ini juga penting dilakukan agar konsumen juga memiliki kepercayaan bahwa toko ini ada bukan dropship. Ya seperti itu yang diterapkan dari tim produksi bekerjasama dengan marketing Outfit Tulungagung.”¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kendala yang paling sering terjadi yaitu banyak sekali yang pesan namun kemudian dibatalkan. Selain itu juga saat terjadi promo gratis ongkir biasanya membludak sehingga karyawan dituntut cermat dan teliti dalam setiap pesanan dari konsumen juga harus memiliki lokasi yang besar untuk memuat beberapa pesanan produk. Untuk meyakinkan konsumen bahwa toko *Online* Outfit Tulungagung benar-benar ada dan bukan dropship maka dilakukan proses video stok produk, penyortiran dan pengemasan produk. Hal ini dilakukan supaya konsumen benar-benar yakin pada Outfit Tulungagung.

4. Solusi Yang Diterapkan untuk Mengatasi Kendala Penerapan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Hasil Penjualan dan Daya Saing

Solusi yang tepat sangatlah diperlukan untuk mengatasi setiap persoalan yang ada, diperlukan keterlibatan semua elemen pemilik usaha serta seluruh bagian karyawan untuk dapat mengatasinya. Berikut

¹⁰⁷ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

merupakan pernyataan dari Mas Rizal selaku pemilik bisnis Outfit Tulungagung mengenai solusi yang digunakan mengatasi kendala digital marketing dalam bisnis yang dijalankannya

“Beberapa kendala seperti karyawan yaitu kita harus selektif dalam mencari karyawan jangan hanya asal-asalan dalam proses rekrutmen, untuk produk ya harus pintar-pintarnya dalam mengelola produk itu dari barang bekas menjadi barang bagus lagi, mulai dari baunya cara foto dan editing harus bagus untuk menarik minat konsumen, kemudian untuk dalam pembelian mungkin kalau masalah yang PHP itu belum ada sih solusinya. Karena kan emang yang namanya manusia itu kan punya kendala masing-masing yang tidak kita tahu. Mungkin udah pesen, tetapi ada kendala berita duka atau bagaimana sehingga tidak jadi *checkout*. Nah, yang seperti itu kan kita tidak tahu masing-masing individu itu seperti apa. Tapi untuk solusi tempat. Mungkin kita bisa saja membuat bangunan baru. Maksudnya memperluas bangunan agar bisa menyimpan atau meningkatkan penyimpanan barang di outfit Tulungagung. Trus mungkin kalau itu tadi yang sinyal ya pas *live streaming* ngadat itu solusinya ya sebenarnya kita sudah mengupayakan untuk selalu laporan kepada pihak terkait baik itu indihome maupun pihak wifi yang lain karena saya disini itu memakai 2 wifi. Disitu saya selalu laporan apabila ada kendala. Namun memang dari pihak wifi nya itu tidak ada solusi juga. Pihak sana kadang bilang sudah bisa digunakan lagi wifinya, sudah tidak ngadat eh ternyata juga belum ada perubahan. Lalu untuk solusinya bisa dengan *upgrade* wifi. Tapi ternyata setelah saya lakukan, *upgrade* wifi ini, namun ternyata hasilnya nihil, tidak ada perubahan. Saya sendiri masih belum tahu, solusi untuk hal-hal tersebut. Tambahan juga, kalau semisal pas lagi listriknya mati. Jelas sekali tidak bisa *live streaming*. Apalagi kita kan penjualannya secara *online*, secara *live* gitu. Jadi benar-benar sangat mempengaruhi. Kalau listriknya mati ya sudah, kita tidak jadi *live*, tidak jadi mendapatkan uang. Dulu kalau listriknya mati ya sudah tidak jadi *live streaming*. Hal tersebut sudah saya atasi dengan membuat wifi nya kita sambungkan ke aki gitu. Sehingga ketika listriknya mati itu wifinya tetap bisa nyala dan kita tetap bisa *live streaming*. Jadi ini seperti *back-up plan* gitu. Untuk situasi *emergency*. Sebenarnya ada genset. Cuma kayak sayang gitu kalau dinyalakan apabila durasi

listrik mati itu cuma sebentar.”¹⁰⁸

Pernyataan ini didukung Mbak Febril yang juga bagian marketing pada Outfit Tulungagung yang mengatakan :

“Semua kendala yang dihadapi outfit Tulungagung sebenarnya semua sudah ada solusi namun ya mungkin terkadang juga kurang maksimal juga sih, seperti masalah jaringan, listrik mati itu ya harus gimana lagi selain pasrah. Genset juga ada tapi kalau mati pagi sampe sore ya harus berhenti dulu kemudian diagendakan lain hari lagi. Kemudian biasanya keluhan konsumen selalu kami tanggapi dan jelaskan sedetailnya dan diselesaikan dengan baik-baik. Saling koordinasi lah intinya ini sangatlah penting agar terus terjadi kesinambungan antar anggota tim, pemasaran lanjut terus dan target tercapai.”¹⁰⁹

Selanjutnya Peneliti juga mewawancarai Mbak Nisa selaku bagian produksi pada Outfit Tulungagung mengatakan :

“Kalau dalam tim produksi sendiri terkadang kendala yang paling sering muncul adalah ketika terjadi paket yang banyak dan menumpuk sehingga perlu konsentrasi untuk setiap pemilahan paket yang akan dikirim. Harus cermat dan teliti kuncinya dan jangan sampai salah. Solusi agar tidak terjadi kesalahan nantinya akan di check ulanag saat akan dikirim ke jasa pengiriman, hal seperti ini sangatlah perlu dilakukan untuk meminimalisir kesalahan pengemasan.”¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pengelola dari Outfit Tulungagung selalu melakukan upaya dalam penanganan setiap kendala yang terjadi guna untuk terus meningkatkan kepercayaan

¹⁰⁸ Wawancara dengan Mas Rizal selaku pemilik *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 30 Juni 2021

¹⁰⁹ Wawancara dengan Mbak Febril selaku tim marketing *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 01 Juli 2021

¹¹⁰ Wawancara dengan Mbak Nisa selaku tim produksi *Online Shop* Outfit Tulungagung pada Tanggal 10 September 2021

konsumen. Baik itu kendala dari luar atau dalam perusahaan harus segera diatasi. Seperti dalam sumberdaya manusia harus memilih karyawan yang benar-benar kompeten, kendala tempat dengan perluasan tempat. Semua harus diselesaikan dengan tepat agar semua kendala itu tidak terjadi kembali. Saling koordinasi sangatlah penting agar terus terjadi kesinambungan antar anggota dalam bekerja.

C. Tabel Triagulasi

Tabel 4.1
Hasil Triagulasi Sumber

Hasil Temuan	Rizal Ananda Mulya	Febril	Nisa	Kesimpulan
1. Perencanaan <i>Digital Marketing</i> untuk Meningkatkan Hasil Penjualan a. Jangka Pendek b. Jangka Panjang	Rencana-rencana terkait beberapa aspek tentang pengembangan bisnis seperti promo, postingan, hosting semua ada jadwal yang harus dikerjakan oleh masing-masing yang memiliki jobdesk didalamnya. Perencanaan jangka panjang akan buka toko <i>offline</i> sendiri, produk bisa lebih banyak dan beraneka ragam, perluasan tempat usaha, dan menambah perluasan media digital yang tidak hanya	Monitoring dan evaluasi dari pemilik usaha biasanya dilakukan mingguan untuk evaluasi dan monitoring. Kalau perencanaan terkadang fleksibel tapi selalu diagendakan. Perencanaan jangka panjang masih sebatas list saja dan beberapa sudah mulai dikerjakan seperti membuat beberapa akun media sosial yang nantinya untuk menambah dan	Kalau jangka pendek yang dilakukan adalah mempersiapkan shopee <i>big sale</i> bulanan dari produksi sendiri dipersiapkan stok barang dan tempat pengemasan. Outfit Tulungagung sendiri untuk jangka panjang sudah ada beberapa planning dari mas Rizal selaku pemilik, seperti membuka toko baru, membuat akun dimedia lainnya	Perencanaan pada outfit tulungagung memiliki beberapa rencana terkait pengembangan bisnis diantaranya promo, postingan, hosting semua ada jadwal yang harus dikerjakan oleh masing-masing yang memiliki jobdesk didalamnya. Selain itu pemilik usaha selalu Monitoring dan evaluasi dari pemilik usaha

	menggunakan akun shopee atau instagram saja melainkan juga dengan website, youtube, dan lain sebagainya.	memperluas pemasaran.		biasanya dilakukan mingguan untuk evaluasi dan monitoring. Pada jangka pendek yang dilakukan adalah mempersiapkan beberapa hal untuk waktu kedepan. Seperti mungkin di shopee ada <i>big sale</i> bulanan. Perencanaan jangka panjang akan buka toko <i>offline</i> sendiri, produk bisa lebih banyak dan beraneka ragam, perluasan tempat usaha, dan menambah perluasan media digital.
2. Pelaksanaan <i>Digital Marketing</i> Dalam Meningkatkan Daya Saing	Outfit Tulungagung setiap kru memiliki tanggung jawab sendiri untuk pelaksanaan disetiap bidangnya.	Pelaksanaan digital marketing selalu dikontrol dan dikelola dengan baik seperti saat <i>live streaming</i> di shopee.	Pelaksanaan yang dilakukan harus konsisten dan tepat waktu.	pelaksanaan digital marketing di Outfit Tulungagung dilakukan dengan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Setiap kru harus saling melengkapi dan bekerja sama dalam menjalankan setiap tugas yang

				dibebankan. Pelaksanaan Digital Marketing dilakukan setiap saat setiap hari sesuai dengan rencana yang disusun sesuai apa yang dibutuhkan dalam digital marketing.
3. Kendala Penerapan <i>Digital Marketing</i> dalam Meningkatkan Hasil Penjualan dan Daya Saing	Cukup sulit mencari orang yang tepat untuk disertai akun media. Terkadang pusing juga soalnya belinya berapa ton gitu kemudahan diolah agar lebih bagus dicuci kembali distrika dll.	Selalu ada target ada yang tidak kuat dan kemudian menyerah dan keluar. Jika dibandingkan secara fisik ya jauh sama barang baru.	Dari sekian kru Outfit Tulungagung yang sering keteteran adalah dari tim produksi yang mana pada saat tertentu kami semua bisa sampai larut untuk memenuhi pesanan konsumen. Perlu ketelatenan untuk menghasilkan produk yang lebih memiliki harga jual.	Kendala produk di Outfit Tulungagung adalah jenis barang yang dijual yaitu baju bekas yang mana memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Namun semua dipilah dan disortir sesuai jenis dan agar kelihatan lebih menarik lagi untuk dijual ke konsumen. Proses lain yang merupakan sesuatu yang harus terlihat abik adalah proses foto produk terutama dengan tata

				kelola letak dan pencahayaan yang baik agar lebih menarik minat konsumen.
4. Solusi Yang Diterapkan untuk Mengatasi Kendala Penerapan <i>Digital Marketing</i> dalam Meningkatkan Hasil Penjualan dan Daya Saing	Membuat bangunan baru. Maksudnya memperluas bangunan agar bisa menyimpan atau meningkatkan penyimpanan barang di outfit Tulungagung. Trus mungkin kalau itu tadi yang sinyal ya pas <i>live streaming</i> ngadat itu solusinya ya sebenarnya kita sudah mengupayakan untuk selalu laporan kepada pihak terkait baik itu indihome maupun pihak wifi yang lain karena saya disini itu memakai 2 wifi. Disitu saya selalu laporan apabila ada kendala. Namun memang dari pihak wifi nya itu tidak ada solusi juga. Pihak sana kadang bilang sudah bisa digunakan lagi wifinya, sudah tidak ngadat eh ternyata juga belum ada perubahan. Lalu untuk solusinya bisa	Saling koordinasi lah intinya ini sangatlah penting agar terus terjadi kesinambungan antar anggota tim, pemasaran lanjut terus dan target tercapai	Harus cermat dan teliti kuncinya dan jangan sampai salah. Solusi agar tidak terjadi kesalahan nantinya akan di check ulanag saat akan dikirim ke jasa pengiriman, hal seperti ini sangatlah perlu dilakukan untuk meminimalisir kesalahan pengemasan	Selalu melakukan upaya dalam penanganan setiap kendala yang terjadi guna untuk terus meningkatkan kepercayaan konsumen. Baik itu kendala dari luar atau dalam perusahaan harus segera diatasi. Seperti dalam sumberdaya manusia harus memilih karyawan yang benar-benar kompeten, kendala tempat dengan perluasan tempat. Semua harus diselesaikan dengan tepat agar semua kendala itu tidak terjadi kembali. Saling koordinasi sangatlah penting agar terus terjadi kesinambungan

	<p>dengan mengupgrade wifi. Tapi ternyata setelah saya lakukan, upgrade wifi ini, namun ternyata hasilnya nihil, tidak ada perubahan. Saya sendiri masih belum tahu, solusi untuk hal-hal tersebut.</p>			<p>antar anggota dalam bekerja.</p>
--	---	--	--	-------------------------------------

D. Analisis Data

1. Perencanaan Digital Marketing dalam Meningkatkan Hasil Penjualan

Perencanaan jangka pendek pada bisnis Outfit Tulungagung yaitu dengan perencanaan mingguan ataupun bulanan hal ini dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan dilapangan. Setiap bulan disusun planing apa yang akan dilakukan untuk beberpa hari kedepan. Perencanaan ini meliputi jadwal posting, jadwal *live streaming*, jadwal iklan, dst yang dilakukan dengan harus saling terkoordinasi dengan baik agar sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya

Perencanaan jangka panjang di Outfit Tulungagung seperti akan buka toko offline sendiri, produk bisa lebih banyak dan beraneka ragam, perluasan tempat usaha, dan menambah perluasan media digital yang tidak hanya menggunakan akun shopee atau instagram saja melainkan juga dengan website, youtube, dan akun media sosial yang lainnya. Hal ini diharapkan agar dalam beberpa waktu mendatang bisa lebih luas

jangkauan pasar.

2. Pelaksanaan Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing

Pelaksanaan digital marketing di Outfit Tulungagung dilakukan dengan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Setiap karyawan yang berkewajiban melaksanakan setiap pekerjaannya harus bertanggung jawab dan harus saling melengkapi dan bekerja sama dalam menjalankan setiap tugas yang dibebankan.

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Outfit Tulungagung meliputi *live streaming*, iklan di shopee, terus juga chat konsumen langsung menawarkan produk, memberikan promo atau potongan harga, membuat hashtag yang sesuai agar pencarian produk toko selalu tinggi atau diatas. Selain itu dalam marketing harus memiliki kecekatan yang membedakan dengan akun lainnya agar konsumen tertarik melihatnya.

Strategi dari Outfit Tulungagung sendiri mencangkup media sosial yang digunakan baik itu instagram, facebook atau media lainnya yang digunakan untuk menarik minat konsumen. Selain itu dituntut agar selalu memberikan konten yang menarik dalam setiap posting atau live streaming yang dilakukan. Harus sesuai dengan target dan sasaran karena ini akan sangat berdampak pada penjualan.

Perencanaan di Outfit Tulungagung sebagian besar telah sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Bila ada yang tidak sesuai maka akan dicarikan solusi lain sehingga tetap stabil apa yang sudah

direncanakan sebelumnya. Semua dilakukan dengan penuh koordinasi antar karyawan dan saling melengkapi kekurangan sehingga keseimbangan dalam manajemen Outfit Tulungagung.

3. Kendala Yang Dihadapi dalam Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Dan Daya Saing

Kendala Sumber daya manusia di Outfit Tulungagung adalah mencari seorang yang benar-benar kompeten dan memahami teknologi di era digitalisasi ini. Setiap bulan selalu ada target yang harus dipenuhi sehingga sangat diperlukan orang-orang yang cerdas, kreatif, dan memiliki ketahanan mental yang kuat.

Kendala produk di Outfit Tulungagung adalah jenis barang yang dijual yaitu baju bekas yang mana memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Seringkali baju bekas itu dianggap sesua yang rendah tetapi produk di Outfit Tulungagung dipilah dan diolah dengan baik sehingga kelihatan lebih menarik lagi.

Kendala yang paling sering terjadi yaitu banyak sekali yang pesan namun kemudian dibatalkan. Selain itu juga saat terjadi promo gratis ongkir biasanya membludak sehingga karyawan dituntut cermat dan teliti dalam setiap pesanan dari konsumen juga harus memiliki lokasi yang besar untuk memuat beberapa pesanan produk.

4. Solusi yang Diterapkan oleh Toko *Online* Outfit Tulungagung untuk Mengatasi Kendala dalam Penerapan Digital Marketing

Pengelola dari Outfit Tulungagung selalu melakukan upaya dalam

penanganan setiap kendala yang terjadi guna untuk terus meningkatkan kepercayaan konsumen. Semua harus diselesaikan dengan tepat agar semua kendala itu tidak terjadi kembali. Saling koordinasi sangatlah penting agar terus terjadi kesinambungan antar anggota dalam bekerja. Dengan demikian seluruh anggota kru dapat bekerja maksimal dan saling melengkapi satu sama lain.