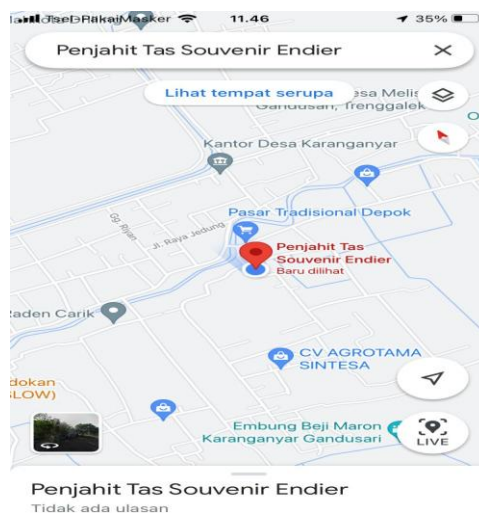


## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Lokasi Tempat Penelitian



Keterangan: lokasi usaha konveksi tas Endier (dilihat dari *google maps*)

Penelitian ini dilakukan di konveksi tas Endier yang berlokasi di Dusun Soko Tengah, RT. 13 RW. 05, Desa Karanganyar, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek.

Kabupaten Trenggalek adalah sebuah kabupaten yang berada di provinsi Jawa Timur dengan letak geografis yaitu pada titik koordinat 111°24'-112°11' Bujur Timur dan 7°53'-8°34' Lintang Selatan. Kabupaten Trenggalek memiliki batas-batas administratif Kabupaten yaitu:

Sebelah utara : Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Ponorogo

Sebelah timur : Kabupaten Tulungagung

Sebelah selatan : Samudra Hindia

Sebelah barat : Kabupaten Pacitan dan Kabupaten Ponorogo.

Kabupaten Trenggalek memiliki wilayah administratif yang terbagi menjadi 14 Kecamatan, 152 Desa, 5 Kelurahan, 540 Dusun/Lingkungan, 1.290 RW dan 4.502 RT. Kecamatan di Trenggalek terdiri dari kecamatan Trenggalek, Pogalan, Tugu, Gandusari, Durenan, Bendungan, Pule, Kampak, Dongko, Watulimo, Munjungan dan Panggul.<sup>72</sup>

Untuk kecamatan Gandusari berada di titik 111,24 – 112,11 BT dan 7,53 – 8,4 LS dengan ketinggian 109 m di atas permukaan laut (dpl). Kecamatan Gandusari memiliki sebelas desa yaitu desa Ngrayung, Jajar, Wonorejo, Sukorejo, Gandusari, Wonoanti, Widoro, Karanganyar, Melis, Krandegan, dan Sukorame. Kecamatan Gandusari memiliki batas kecamatan, sebagaimana berikut ini:

Sedangkan desa Karanganyar yang merupakan salah satu desa dari sebelas desa di kecamatan Gandusari memiliki letak astronomis yaitu 111,7311 BT – 8,1167 LS. Desa Karanganyar memiliki topografi berupa dataran dengan luas wilayah sebesar 3,40 km<sup>2</sup>. Ketinggian desa Karanganyar yaitu sekitar 3 m di atas permukaan laut (dpl). Serta memiliki jarak 3 km dari kantor desa ke kantor kecamatan dan 12 km jarak dari kantor desa ke kantor kabupaten. Disebelah barat desa Karanganyar berbatasan dengan desa Widoro dan disebelah timur berbatasan dengan desa Melis. Desa Karanganyar memiliki 15 RT dan 5 RW yang terbagi

---

<sup>72</sup> BPS Kabupaten Trenggalek, *Trenggalek Dalam Angka 2019*, <https://trenggalekkab.bps.go.id/publication/2019/08/16/8553d0fddd843c2e7bb81532/kabupaten-trenggalek-dalam-angka-2019.html>, diakses pada 23 September 2021.

menjadi 5 dusun yaitu Depok, Soko Tengah, Soko Kulon, Jedung dan Nglaban.<sup>73</sup>

## 2. Profil Konveksi Tas Endier

Konveksi tas Endier merupakan usaha rumahan yang memproduksi berbagai macam model tas. Konveksi tas Endier melayani pembuatan tas untuk acara hajatan, klinik, puskesmas, bidan, toko perhiasan dan tas sehari-hari (misalnya, untuk tempat pakaian ketika bepergian, dll). Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bu Dian, sebagaimana berikut ini:

*“Ya masyarakat yang membutuhkannya, misalnya orang minta dibuatkan tas itu untuk bepergian, terus orang hajatan, selain itu misalnya klinik, bidan, puskesmas, dan toko perhiasan itu”.*<sup>74</sup>

Pendiri usaha ini awalnya adalah kedua orangtua Bu Dian yang selaku pemilik serta pengelola konveksi tas Endier ini. Usaha ini merupakan usaha turun-temurun dari kedua orangtua Bu Dian. Awalnya kedua orangtua Bu Dian bekerja sebagai pedagang sayur, kemudian pada tahun 2003 kedua orangtua Bu Dian beralih untuk membuka usaha penjahit tas bekal dari pengalaman Ayah Bu Dian yang dulunya bekerja di pabrik tas Surabaya. Dan untuk sekarang ini kepemilikan serta pengelolaannya diserahkan kepada Bu Dian. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bu Dian sebagaimana berikut ini:

*“Dulu usaha ini dijalankan oleh orangtua saya yang awalnya itu pedagang sayur mbak, terus pada tahun 2003 itu orangtua saya*

---

<sup>73</sup> BPS Kabupaten Trenggalek, *Kecamatan Gandusari Dalam Angka 2020*, <https://trenggalekkab.bps.go.id/publication/2020/09/28/43edf6b5f5f580318701fc9a/kecamatan-gandusari-dalam-angka-2020.html>, diakses pada 23 September 2021.

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan pemilik usaha konveksi tas Endier

*menjadi penjahit tas bekal pengalamannya itu kerja di pabrik. Ya usaha saya itu usaha turun temurun termasuknya”.*<sup>75</sup>

Usaha konveksi tas Endier ini dijalankan oleh keluarga Bu Dian sendiri yang dibantu oleh kedua saudaranya yaitu kakaknya dan suami dari kakaknya tersebut. Untuk Bu Dian dan kakaknya bertugas untuk menjahit saja. Sedangkan untuk suami kakaknya bertugas menjahit dan memotong bahan-bahan yang akan dijahit serta mengirimkan barang ke tempat konsumen.

*“Selama ini yang bekerja disini ya hanya keluarga saya sendiri, saya, terus ada kedua saudara saya”.*<sup>76</sup>

### **3. Visi dan Misi Konveksi Tas Endier**

#### a. Visi

- 1) Mendirikan usaha dengan kualitas produk yang baik
- 2) Membuat usaha semakin berkembang dan maju

#### b. Misi

- 1) Berusaha melakukan inovasi-inovasi pada model tas untuk menarik perhatian masyarakat sebagai konsumen
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen

### **4. Tujuan Usaha Konveksi Tas Endier**

- a. Menciptakan produk yang unggul dan berkualitas
- b. Meningkatkan volume penjualan
- c. Memenuhi kebutuhan hidup dengan cara bekerja yang halal

---

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>76</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

## B. Temuan Penelitian

Temuan dalam penelitian ini diperoleh peneliti dengan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber, sebagaimana berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Data Narasumber/*Informan***

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
Dian Resta Febenika	Pemilik usaha konveksi tas Endier
Gaguk Siswanto	Saudara yang membantu bekerja di konveksi tas Endier
Muhroji	Konsumen konveksi tas Endier
Marwati	Konsumen konveksi tas Endier



Keterangan: wawancara dengan Ibu Dian (pemilik usaha)



Keterangan: wawancara Bapak Gaguk (saudara pemilik usaha)



Keterangan: wawancara dengan Bapak Muhroji (konsumen)



Keterangan: wawancara dengan Ibu Marwati (konsumen)

## 1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Konveksi Tas Endier dalam Meningkatkan Volume Penjualannya di Masa Pandemi *Covid-19*

Strategi pemasaran merupakan suatu cara perusahaan yang telah disusun untuk mencapai penjualan secara optimal dengan mementingkan selera dan kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli dan merasa puas telah memakai produknya. Oleh karena itu, konveksi tas Endier melakukan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualannya. Berikut diantaranya strategi pemasaran yang ditinjau dari segi 4 p (*product, price, place, promotion*).

### a. Produk (*product*)



Keterangan: contoh produk konveksi tas Endier

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa dari segi produk konveksi tas Endier berusaha untuk membuat tas dengan mengutamakan kualitas. Kualitas bahan yang digunakan

oleh konveksi tas Endier ini menggunakan bahan berkualitas B. Menurut Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier mengatakan bahwa bahan kualitas B lebih cocok digunakan untuk tas dan dompet yang diproduksinya daripada bahan yang kualitas A. Bahan kualitas A memiliki harga yang lebih mahal dan lebih kaku saat digunakan untuk tas dan dompet sehingga tidak cocok untuk dijual di pasar yang telah ditargetkan. Sedangkan untuk acara hajatan seperti selamatan dan pernikahan konveksi tas Endier menggunakan kain *spunbond* yang berkualitas tebal. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier.

*“Kualitas bahan produk sing utama, soale lek bahane ndak apik barange yo gampang rusak. Biasane bahan sing kualitas sing kerep digae. Lek bahan sing kualitas A kui luwih larang terus luwih kaku lek digae dompet utowo tas. La lek tas ngge acara slametan utowo kado mantena yo nggae kain spunbond seng kandel”.*<sup>77</sup>

*(Kualitas bahan produk yang utama, soalnya kalau bahannya nggak bagus barangnya ya mudah rusak. Biasanya bahan yang kualitas B yang sering digunakan. Kalau bahan kualitas A itu lebih mahal terus lebih kaku kalau untuk dompet atau tas. La kalau tas untuk acara selamatan atau kado pernikahan ya menggunakan kain spunbond yang tebal).*

Kualitas produk yang bagus ditunjukkan dengan menjual produk yang tidak memiliki kerusakan saat dijual atau diantarkan kepada pembeli. Dalam membuat produknya konveksi tas Endier harus menyesuaikan dengan jenis bahan dan model yang sesuai dengan permintaan pembeli.

---

<sup>77</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

*“Dari segi produk ya diusahakan membuat tas yang bagus, terus tidak ada cacatnya seperti sobek seperti itu. Terus bahannya disesuaikan dengan permintaan pembeli, jika pembelinya minta bahan misalnya A dengan model yang seperti apa ya kami buat kan seperti permintaannya”.*<sup>78</sup>

Bukti bahwa konveksi tas Endier memiliki kualitas yang bagus juga diungkapkan oleh salah seorang konsumen yang bernama Bapak Muhroji. Bapak Muhroji di konveksi tas Endier ini telah memesan tas untuk acara selamatan dan acara ulang tahun, yang mana menurutnya tas yang dipesan sudah sesuai dengan keinginannya dan memiliki jahitan yang rapi.

*“Kualitasnya bagus sudah sesuai dengan yang saya inginkan, jahitannya pun juga rapi dan pas”.*<sup>79</sup>

b. Harga (*price*)



Rp. 12.000



Rp. 8.000



Rp. 9.000



Rp. 25.000



Rp. 2.000



Rp. 8.000

Keterangan: harga produk konveksi tas Endier (harga sesuai dengan model dan bahan permintaan konsumen)

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Muhroji selaku konsumen konveksi tas Endier



Dari segi harga konveksi tas Endier tidak mematok harga yang mahal. Alasan konveksi tas Endier tidak menjual produknya dengan harga yang mahal karena yang dilayani adalah klinik, toko perhiasan, bidan dan untuk souvenir hajatan yang biasanya mereka tidak mau jika harganya terlalu mahal.

*“Dari segi harga, ya tidak mematok harga mahal karena kami melayani bidan, klinik, toko perhiasan dan souvenir hajatan itu ya biasanya tidak mau jika harganya mahal”.*<sup>80</sup>

Menurut Bapak Gaguk toko perhiasan yang sering meminta harga murah. Untuk itu konveksi tas Endier harus menekan keuntungan yang didapatkan, asalkan pelanggan masih setia untuk membeli sehingga usahanya tetap berjalan lancar.

Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Gaguk Siswanto:

*“Biasane toko perhiasan sing jaluk rego murah, dompet siji hargane sewu mbak. Mergo saingane akeh dadi yo kudu wani jupuk bathi titik sing penting ndak rugi terus konsumen panggah enek sing pesen”.*<sup>81</sup>

*(Biasanya toko perhiasan yang minta harga murah, dompet satu harganya seribu rupiah. Karena saingannya banyak jadi ya harus berani ngambil untung sedikit yang penting nggak rugi terus konsumen tetap ada yang pesan).*

Harga yang tergolong murah di konveksi tas Endier ini juga diungkapkan oleh Bapak Muhroji selaku konsumen. Beliau mengatakan bahwa harga di konveksi tas Endier bisa ditawarkan dan lebih murah. Selain itu, di konveksi tas Endier bisa memilih bahan yang diinginkan dibanding di toko yang sudah jadi. Sebagaimana berikut ini pernyataan beliau:

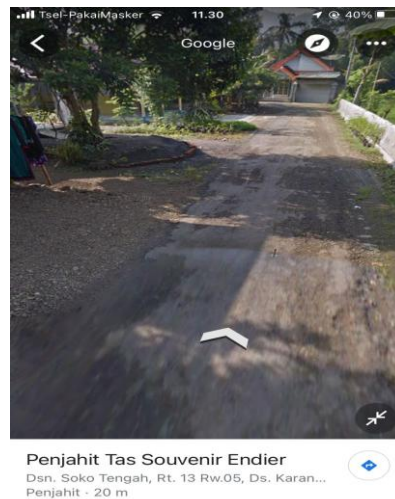
---

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>81</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

*“Harganya itu murah, bisa nego. Kalo beli di toko itu bahannya tipis, kalo beli langsung ke penjahitnya itu kan bisa milih bahan yang bagaimana dan harganya pun bisa didiskon”.*<sup>82</sup>

c. Tempat (*place*)



Keterangan: jalan menuju lokasi usaha konveksi tas Endier

Konveksi tas Endier dalam menjalankan usahanya dilakukan di rumah pemilik usaha yang letaknya di Dusun Soko Tengah, RT. 13 RW. 05, Desa Karanganyar, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek. Akses jalan menuju konveksi tas Endier sudah beraspal dan terletak di pinggir jalan sehingga pembeli mudah untuk menjangkaunya.

*“Terus dari segi tempat untuk usaha yang dilakukan ini ya di rumah sendiri, untungnya ya masih mudah dijangkau oleh pembeli karna ya berada di pinggir jalan, meskipun bukan jalan raya”.*<sup>83</sup>

Lokasi usaha yang mudah dijangkau dapat memberikan kemudahan bagi konsumen yang akan mencari lokasi usaha. Sehingga pemilihan lokasi juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan volume

<sup>82</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Muhroji selaku konsumen konveksi tas Endier

<sup>83</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha

penjualan. Sebab, apabila lokasi sulit untuk dijangkau konsumen pun akan beralih untuk mencari yang memiliki akses jalan lebih mudah, apabila konsumen menghendaki pembelian langsung ke tempat produksi. Seperti halnya, lokasi konveksi tas Endier ini meskipun berada di desa namun masih mudah dijangkau dan berada disekitar perumahan warga yang banyak tetangga sekitar mengenalnya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Marwati selaku konsumen konveksi tas Endier.

*“Lokasine penak dijangkau mbak cedek perumahane warga akeh sing kenal penjahit tas, dadi lek arep takok ndak angel”<sup>84</sup>  
(Lokasinya mudah dijangkau mbak dekat perumahannya warga banyak yang kenal penjahit tas, jadi kalau mau nanya nggak sulit”.*

Menurut Bapak Gaguk Siswanto konveksi tas Endier sudah terdaftar di *google maps*. Untuk pendistribusian produk ke tangan konsumen, konveksi tas Endier biasanya mengantarkan sendiri barang pesanan kepada konsumen apabila jaraknya jauh tapi masih bisa dijangkau, misalnya daerah panggul, dongko dan sekitarnya. Untuk konsumen luar pulau biasanya dilakukan pengiriman melalui kantor pos. Sedangkan untuk konsumen yang rumahnya dekat dengan konveksi tas Endier biasanya dapat mengambil langsung ke rumah.

*“Lek tempate saman wes eruh dewe penak digoleki, wes enek neng google maps. Terus lek masalah distribusi sing konsumen cedek-cedekan yo moro langsung neng omah mbak, lek koyoto panggul, dongko terutama klinik, bidan kui yo tak terne. Lek konsumen luar pulau yo dikirim lewat pos biasane”<sup>85</sup>*

---

<sup>84</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Marwati selaku konsumen konveksi tas Endier

<sup>85</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

(Kalau tempatnya kamu tahu sendiri mudah dicari, sudah ada di google maps. Terus kalau masalah distribusi yang konsumen dekat-dekat ya datang langsung ke rumah mbak, kalau panggul, dongko terutama klinik, bidan itu ya saya antarkan. Kalau konsumen luar pulau ya dikirim melalui pos biasanya).

d. Promosi (*promotion*)



Keterangan: promosi konveksi tas Endier melalui *facebook*



Keterangan: promosi konveksi tas Endier melalui *whatsapp*

Dalam melakukan promosi konveksi tas Endier masih menggunakan cara tradisional yaitu promosi dari mulut ke mulut dan

datang langsung ke tempat pembeli yang menjadi target pemasaran produknya. Misalnya dengan menawarkan langsung produknya ke klinik, puskesmas, atau rumah bidan, dll.

*“Dari segi promosi saya lakukan dari mulut ke mulut, terus datang langsung ke tempat pembeli, misalnya klinik, puskesmas, ke rumah bidan, toko perhiasan. Saya tawarkan langsung dengan membawa contoh tas nya.”<sup>86</sup>*

Hal ini juga didukung oleh Bapak Gaguk Siswanto, sebagaimana berikut ini:

*“Promosi yo biasa ae mbak, lewat tonggo-tonggo sing taune pesen. Moro langsung ning nggone konsumen. Lek saiki lewat online mergo enek covid iki. Adikku mbak sing kerep promosi online, lek aku meruhi enek pesenan yo digarap ngono”.<sup>87</sup>*

*(Promosi ya biasa aja mbak, lewat tetangga-tetangga yang pernah pesen. Datang langsung ke tempat konsumen. Kalau sekarang lewat online karena ada covid ini. Adik saya mbak yang sering promosi online, kalau saya tahunya ada pesenan ya dikerjakan gitu).*

Ibu Dian juga melakukan promosi dari mulut ke mulut dan datang langsung ke tempat pembeli untuk menawarkan produknya. Selain promosi dari mulut ke mulut, Di masa pandemi *covid-19* ini Ibu Dian juga mempromosikan produknya melalui media sosial yaitu *whatsapp* dan *facebook*. Karena dengan memanfaatkan fitur berbagi status atau berbagi cerita di *whatsapp* dapat dilihat oleh kontak yang kita miliki. Sehingga, orang-orang dapat melihat apa yang kita bagikan. Begitupula melalui aplikasi *facebook* kita dapat mengunggah apapun yang ingin kita unggah termasuk produk-produk tas bu Dian. Jadi, manfaat *facebook* dapat digunakan untuk hal-hal yang positif dan jangkauan

---

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>87</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

*facebook* lebih luas daripada *whatsapp*, sehingga kesempatan untuk dikenal masyarakat luas semakin banyak. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dian, sebagaimana berikut ini:

*“Ya, saya lakukan lewat media sosial itu, lewat WA teman saya, ya facebook seperti itu”*.<sup>88</sup>

Strategi yang diterapkan konveksi tas Endier tersebut dapat diterima oleh konsumen. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Muhroji, sebagaimana berikut ini:

*“Sebenarnya sudah suka ya dengan strategi yang diterapkan, dengan mengutamakan produk yang berkualitas. Paling enak nya ya harganya bisa ditawar jadi bisa lebih murah dan sudah ada sablonnya. Jadi, misal ingin dikasih tulisan ya tinggal bilang kalo di toko atau penjahit lain kan biasanya hanya tas nya saja nggak ada jasa sablonnya”*.<sup>89</sup>

Oleh karena itu, volume penjualan konveksi tas Endier pun dapat meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini ditunjukkan dari data jumlah penjualan konveksi tas Endier dari tahun 2018 – 2020, sebagaimana berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Volume Penjualan Konveksi Tas Endier**  
**Tahun 2018 – 2020**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penjualan</b>
2018	4.397
2019	4.491
2020	4.832

Sumber: konveksi tas Endier

Dari pernyataan konsumen serta data jumlah penjualan konveksi tas Endier dari tahun 2018 – 2019 tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi

<sup>88</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>89</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Muhroji selaku konsumen konveksi tas Endier

pemasaran yang dilakukan konveksi tas Endier terutama di masa pandemi *covid-19* ini telah berhasil dilakukan.

## **2. Kendala dan Solusi Konveksi Tas Endier dalam Menerapkan Strategi Pemasarannya**

Suatu usaha dalam menjalankan strategi pemasarannya tidak selalu berjalan dengan lancar, terkadang terdapat beberapa rintangan atau hambatan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah konveksi tas Endier yang memiliki beberapa kendala ketika menjalankan strategi usahanya. Berikut ini kendala yang dihadapi oleh konveksi tas Endier:

### **a. Produk (*product*)**

Kendala yang dihadapi konveksi tas Endier dari segi produk yaitu kesulitan untuk mencari bahan di masa pandemi *covid-19* ini. Karena adanya pandemi ini pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat yang berada di luar rumah, maka masyarakat yang berasal dari luar daerah dilarang masuk. Meskipun boleh masuk harus dengan protokol kesehatan yang ketat dan menjalankan serangkaian tes kesehatan untuk mencegah penularan *covid-19*. Konveksi tas Endier ini biasanya membeli bahan di Tulungagung, tapi apabila bahan di Tulungagung tidak tersedia maka harus mencari bahan ke Surabaya agar produksinya tetap berjalan. Sedangkan toko di Surabaya tidak mau melayani pemesanan secara *online*, maka mau tidak mau harus

berangkat ke Surabaya untuk membeli bahan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dian, sebagaimana berikut ini:

*“Kendalanya ya yang sering saya hadapi dalam segi produk itu biasanya kan beli bahan dari Tulungagung, tapi kalau di Tulungagung tidak ada ya terpaksa harus ke Surabaya. Apalagi musim corona pas Surabaya zona merah itu susah sekali cari bahan. Misalnya, pesan lewat telpon itu nggak mau melayani karena ya tokonya takut kalo bahannya itu tidak sesuai dengan pesanan.”<sup>90</sup>*

Pernyataan Ibu Dian tersebut juga didukung oleh Bapak Gaguk Siswanto yang juga mengatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh konveksi tas Endier adalah kesulitan mencari bahan di masa pandemi covid-19. Selain kesulitan mencari bahan, menurut Bapak Gaguk juga terdapat kendala *packing* produk yaitu terkadang salah menghitung jumlah barang yang diantarkan kepada konsumen, meskipun kesalahan hitung tersebut jarang terjadi.

*“Lek usum covid iki golek bahane sing angel mbak, utowo menek kadang enek sing kurang lek ngitung pas packing barang. Lek pas ketepakan kurang kui pelanggan ngomong baru mengko digaeke kurangane”<sup>91</sup>*

*(Kalau musim covid ini cari bahannya yang sulit mbak, atau lagi terkadang ada yang kurang penghitungan waktu packing barang. Kalau pas kebetulan kurang itu pelanggan bilang baru nanti dibuatkan kekurangannya).*

Untuk mengatasi kendala kesulitan bahan tersebut yang apabila bahan tidak tersedia di Tulungagung Ibu Dian harus membeli bahan langsung ke Surabaya agar produksi tas nya tetap berjalan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dian, sebagaimana berikut ini:

---

<sup>90</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>91</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier



*“Dari segi produk kan kesulitannya kalo tidak ada bahan di Tulungagung ya terpaksa harus berangkat ke Surabaya, nanti kalau sudah pilih bahannya tinggal dikirim pihak sana, dan tinggal ngambil ke rumah saudara saya yang dekat di jalan raya. Karena angkutannya truk itu bawa barang-barang banyak jadi kan nggak mau kalau harus masuk ke desa.”<sup>92</sup>*

b. Harga (*price*)

Dari segi harga konveksi tas Endier memiliki kendala pada persaingan harga. Dalam dunia usaha persaingan harga merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Sebab, harga dapat mempengaruhi calon pembeli untuk melakukan pembelian atau tidak. Pembeli pada umumnya akan lebih cenderung memilih suatu produk dengan harga yang lebih murah, namun memiliki kualitas yang baik. Untuk itu, pelaku usaha harus bersaing dalam menentukan harga produknya, tentunya dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi dan tidak menjatuhkan lawan usaha dengan mematok harga terlalu rendah. Hal ini seperti diungkapkan oleh Ibu Dian, sebagaimana berikut ini:

*“Terus dari segi harga karena itu banyak saingan ya jadi harus dikira-kira harganya agar tidak terlalu mahal. Terus agar konsumen menjadi pesan ya tidak saya kasih harga mahal.”<sup>93</sup>*

Karena dalam memutuskan pembelian konsumen juga melihat harga, apabila harga dirasa mahal maka konsumen akan memilih di tempat lain yang menyediakan produk yang sama, kualitas bagus namun dengan harga yang relatif murah menurut konsumen. Jadi, mau

---

<sup>92</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>93</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha

tidak mau pelaku usaha harus bisa mengatur harga yang ditawarkannya agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya di bidang yang sama. Hal ini seperti diungkapkan oleh Ibu Marwati selaku konsumen, sebagaimana berikut ini pernyataannya:

*“Namanya ya pembeli mbak mesti golek sing murah, kualitase bagus, pelayanane bagus, mergo wong tuku yo kudu mileh-mileh sing sekirane cocok”*.<sup>94</sup>

*(Namanya ya pembeli mbak pasti cari yang mura, kualitasnya bagus, pelayanannya bagus, karena orang beli ya harus milih-milih yang sekiranya cocok).*

Solusi yang dilakukan konveksi tas Endier dalam mengatasi persaingan yang ketat sehingga harus menekan keuntungan yang diperoleh yaitu dengan memanfaatkan bahan yang tersisa dari pembuatan tas lainnya, apabila konsumen menawar dengan harga yang terlalu murah. Jika tidak ada bahan yang tersisa konveksi tas Endier membeli bahan yang baru. Jadi, meskipun murah kualitas bahan tetap sama namun ukurannya dibuat lebih kecil.

*“Carane nyiasati rego murah kui kadang digawekne soko turahane bahan tas liyane sing kenek dimanfaatne, utowo lek ndak enek turahan bahan yo terpaksa tuku bahan anyar. Dadi kualitase bahan podo apike tapi ukurane kui luwih cilik mbak”*.<sup>95</sup>

*(Caranya menyiasati harga murah itu kadang dibuatkan dari sisa bahan tas lainnya yang bisa dimanfaatkan, kalau tidak ada sisa bahan ya terpaksa beli bahan baru. Jadi kualitasnya bahan sama bagusnya tapi ukurannya itu lebih kecil mbak).*

Selain itu, untuk mengatasi kendala persaingan ini konveksi tas Endier menjelaskan ke konsumen terkait harga produk beserta kualitasnya. Dengan penjelasan tersebut, konsumen akan mengira-ngira

<sup>94</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Marwati selaku konsumen konveksi tas Endier

<sup>95</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

apakah produk tersebut dengan harga yang ditawarkan sudah sesuai atau belum.

*“Dari segi harga ya solusinya dijelaskan ke pembeli kalau mau bahan yang bagus harganya sekian, kalau yang murah ya kualitasnya dibawahnya. Jadi pembeli sudah bisa mengira-ngira itu”.*<sup>96</sup>

Solusi yang dilakukan konveksi tas Endier dengan cara menjelaskan produk-produknya kepada konsumen ternyata memiliki pengaruh yaitu konsumen jadi merasa tertarik untuk membeli di konveksi tas Endier ini, hal ini jika tetap dilakukan disertai strategi-strategi yang digunakan akan mampu meningkatkan volume penjualannya. Hal ini sebagaimana pernyataan yang diungkapkan oleh Ibu Marwati, sebagaimana berikut ini pernyataannya:

*“Pemilik e ramah, sabar jelasne produk-produk e neng pelanggan mbak”.*<sup>97</sup>  
(Pemiliknya ramah, sabar menjelaskan produk-produknya ke pelanggan mbak).

### c. Tempat (*place*)

Meskipun konveksi tas Endier memiliki tempat yang strategis karena berada di pinggir jalan dan mudah dijangkau. Namun, tidak menutup kemungkinan masih memiliki kendala. Kendala tempat yang dihadapi konveksi tas Endier yaitu karena terletak di desa bukan berada di pinggir jalan raya yang banyak orang berlalu-lalang untuk melihatnya. Jika dibandingkan dengan yang di kota-kota pasti akan lebih mudah dikenal konveksi yang berada di kota atau di pinggir jalan

<sup>96</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik konveksi tas Endier

<sup>97</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Marwati selaku konsumen konveksi tas Endier

raya. Hal ini seperti diungkapkan oleh pemilik usaha, sebagaimana berikut ini:

*“Kalau dari segi tempat itu karena memang lokasi usaha saya di rumah, jadi ya di desa terus jadi kalah saing sama konveksi yang di kota-kota besar ramai penduduk. Itu ya saingannya berat sekali itu.”<sup>98</sup>*

Kendala tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Gaguk Siswanto sebagaimana pernyataan beliau berikut ini:

*”Lek kendalane yo tempate neng ndeso ngene iki mergo digarap neng omahe dewe”.<sup>99</sup>*  
(Kalau kendalanya ya tempatnya di desa seperti ini karena dikerjakan di rumahnya sendiri).

Dari segi tempat solusi yang dilakukan konveksi tas Endier yaitu menjaga hubungan baik dengan konsumen dan masyarakat lingkungan sekitar karena konsumen konveksi tas Endier juga termasuk tetangga sekitar. Menjaga hubungan baik terutama dengan konsumen memang penting dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan mengutamakan hubungan baik kepada pihak-pihak yang telah bekerjasama bisa saja menjadi kekuatan konveksi tas Endier untuk menutupi kekurangan-kekurangan yang dimilikinya.

Apabila konsumen telah percaya bahwa perusahaan kita memiliki citra yang baik, maka tidak menutup kemungkinan akan ikut mempromosikan atau merekomendasikan perusahaan kita kepada orang lain. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh pemilik konveksi tas Endier, sebagaimana berikut ini:

---

<sup>98</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>99</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

*“Harus menjalin hubungan baik dengan lingkungan sekitar maupun dengan pelanggan karena konsumen kami ini ada yang dari masyarakat sekitar sehingga apabila kita menjaga hubungan baik tentu akan membeli, dan bisa saja mempromosikan produk saya ke orang lain”*.<sup>100</sup>

Pernyataan Ibu Dian terkait solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi tersebut juga di dukung oleh pernyataan Ibu Marwati selaku konsumen. Sebagaimana berikut ini ungkapan beliau:

*“Ko (soko) tonggoku mbak aku ngerti penjahit tas iki, dekne kan tau pesen tas ngge slametan terus aku takok neng dekne neng ndi lek pesen tas kae, la disaranne kon pesen mae mbak Dian iki”*.<sup>101</sup>  
(Dari tetangga saya mbak saya tahu penjahit tas ini, dia kan pernah pesen tas buat selamatan terus saya tanya ke dia dimana dia pesen tas dulu, la disarankan untuk pesan ke tempat mbak Dian ini).

Untuk itu, solusi yang dilakukan konveksi tas Endier untuk menjaga hubungan baik dengan tetangga maupun dengan pelanggan serta membangun citra yang baik di mata mereka dapat menciptakan keputusan pembelian sehingga volume penjualan pun bisa meningkat.

Selain memiliki kendala tempat tersebut, konveksi tas Endier juga memiliki kendala pengiriman dan kendala waktu pembuatan tas. Menurut Bapak Gaguk pembuatan tas di konveksi tas Endier tidak bisa melayani pesanan yang mendadak, karena terbatasnya tenaga kerja. Sedangkan untuk pengiriman hanya bisa dikerjakan sendiri oleh Bapak Gaguk dengan cara membagi waktu antara menjahit dengan mengantarkan barang ke kosumen, hal ini dikarenakan terbatasnya

---

<sup>100</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>101</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Marwati selaku konsumen konveksi tas Endier

keuntungan yang di dapat sehingga tidak mencukupi jika harus dibagi lagi dengan menyuruh orang untuk mengirim pesanan ke pelanggan.

*“Terus lek masalah pengiriman barang neng konsumen kudu diterne dewe mergo ndak nutut danane untunge ra sepiro mbak lek dadak dibagi meneh. Gae ngatasi yo aku kudu mbagi wektu lek pesenan wes dadi aku bagian ngeterne pesenan. Lek masalah waktu pembuatan tas kui lek ndadak pesene yo tak tolak, soale yo akeh seng wes pesen luwih disik. Selain kui yo diomongi lek ndak iso pesen ndadak, sok-sok meneh pesene ben ndak mepet pas wektu dibutuhne”*.<sup>102</sup>

*(Terus kalau masalah pengiriman barang ke konsumen harus diantarkan sendiri karena nggak cukup dananya untungnya nggak seberapa mbak kalau harus dibagi lagi. Untuk mengatasi ya saya harus membagi waktu kalau pesanan sudah jadi saya bagian yang mengantarkan pesanan. Kalau masalah waktu pembuatan tas itu kalau mendadak pesannya ya saya tolak, soalnya ya banyak yang sudah pesan lebih dulu. Selain itu ya dibilangin kalau nggak bisa pesan mendadak, lain kali pesannya biar nggak dekat pas waktu dibutuhkan).*

Pernyataan Bapak Gaguk tersebut juga didukung oleh pernyataan

Bapak Muhroji, sebagaimana berikut ini:

*“Kendalanya itu saya rasa nggak ada ya kalo saya pribadi, ya mungkin hanya waktu jadinya pesanan yang agak lama dan nggak bisa mendadak pesannya. Untuk solusinya itu diberi tahu lebih dulu kalau waktunya mepet nggak bisa soalnya pesannya banyak yang antri, jadi jauh-jauh hari sebelum acara sudah harus pesan”*.<sup>103</sup>

#### d. Promosi (*promotion*)

Kendala yang dihadapi oleh konveksi tas Endier dari segi promosi yaitu tidak bisa melakukan promosi secara langsung ke tempat konsumen karena terdapat pandemi *covid-19* yang membatasi kegiatan di luar rumah. Karena yang dilayani berasal dari lingkungan kesehatan sehingga mereka membatasi diri untuk berhubungan jarak dekat dengan

<sup>102</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

<sup>103</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Muhroji selaku konsumen konveksi tas Endier

orang lain. Untuk mengatasi solusi ini konveksi tas Endier memperbanyak melakukan promosi melalui media *online*. Hal ini sebagaimana pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Gaguk:

*“Lek strategine promosi kui kendalane pas nemen-nemene berita covid seng marai angel lek arep moro langsung neng gone konsumen, soale yo konsumenne soko bidan yo klinik sing berhubungan karo kesehatan sing ketat aturane, solusine yo ganti promosi lewat WA”.*<sup>104</sup>

*(Kalau strateginya promosi itu kendalanya waktu parah-parahnya berita covid yang menyebabkan kesulitan kalau akan datang langsung ke tempat konsumen, soalnya ya konsumennya dari bidan ya klinik yang berhubungan dengan kesehatan yang ketat aturannya, solusinya ya ganti promosi melalui WA (whatsapp)).*

Penggantian promosi melalui media *online* tersebut tidak serta merta mudah dilakukan oleh konveksi tas Endier. Karena konveksi tas Endier masih belum mahir dalam menggunakan teknologi untuk melakukan promosi *online* melalui media sosial. Padahal di masa sekarang banyak pelaku usaha yang beralih melakukan promosi *online* dengan memanfaatkan media sosial yang memiliki jangkauan lebih luas yaitu bisa ke luar pulau atau bahkan luar negeri. Kendala promosi ini diungkapkan oleh Ibu Dian, sebagaimana berikut ini:

*“Kalau dari segi promosi ya kurangnya kemampuan teknologi untuk melakukan promosi itu via media sosial”.*<sup>105</sup>

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala kurangnya kemampuan teknologi, konveksi tas Endier berusaha semampunya untuk mempromosikan produknya melalui aplikasi *whatsapp* dan

---

<sup>104</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Gaguk Siswanto selaku saudara yang membantu Ibu Dian di konveksi tas Endier

<sup>105</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha

*facebook* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi tersebut.

*“Kalau itu dari segi promosi, ya dilakukan semampunya saja, melalui mulut ke mulut, WA dan facebook ya sekedar membuat status lah”*.<sup>106</sup>

Dalam keberhasilan penjualan di masa pandemi *covid-19* ini, konveksi tas Endier harus memiliki strategi-strategi yang baru untuk menyesuaikan dengan keadaan sekarang. Untuk itu, konveksi tas Endier untuk mempromosikan produknya yang awalnya datang langsung ke tempat pembeli untuk menawarkan produknya, sekarang harus beralih via *online*. Untuk saat ini, konveksi tas Endier lebih aktif melakukan ke media sosial *whatsapp* dan *facebook* sebagai sarana untuk mempromosikan produknya. Sehingga pemesanannya pun juga lebih banyak lewat *whatsapp*. Meskipun untuk strategi-strategi pemasaran yang lainnya tidak jauh berbeda dari sebelum adanya pandemi dan setelah ada pandemi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dian, sebagaimana berikut ini:

*“Kemudian kalo perbedaannya ya awalnya lebih banyak datang langsung ke tempat konsumen, sekarang lebih banyak mempromosikan melalui WA (whatsapp) yang lebih aktif, pemesanan pun lebih banyak lewat WA (whatsapp) mbak”*.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier

<sup>107</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dian selaku pemilik usaha konveksi tas Endier



## C. Analisis Data

### 1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Konveksi Tas Endier dalam Meningkatkan Volume Penjualannya di Masa Pandemi Covid-19

Agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik, maka harus memiliki strategi-strategi yang diterapkan terutama strategi pemasaran. Salah satu usaha yang harus menerapkan strategi pemasaran yaitu Konveksi tas Endier. Strategi pemasaran ini perlu dilakukan agar tujuan perusahaan lebih mudah tercapai, salah satu tujuan perusahaan yaitu volume penjualan dapat meningkat. Apabila volume penjualan dapat meningkat, maka keuntungan yang didapatkan perusahaan pun juga akan bertambah. Setelah melakukan pengamatan terhadap konveksi tas Endier dengan lebih menekankan pada strategi bauran pemasaran 4 P (*product, price, place* dan *promotion*), maka dapat diperoleh hasil sebagaimana berikut ini:

#### a. Produk (*product*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk yang dilakukan konveksi tas Endier yaitu lebih menekankan pada kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan konveksi tas Endier dengan cara selalu mengirimkan produknya dalam keadaan baik kepada konsumen. Selain itu, untuk menjaga kualitas produknya konveksi tas Endier memilih bahan yang dinilai lebih cocok untuk melayani konsumen yang ditargetkan. Karena apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik akan

memberikan kepuasan kepada konsumen selaku penikmat dari produk yang dihasilkan tersebut.

b. Harga (*price*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran harga yang dilakukan konveksi tas Endier tidak mematok harga yang mahal yang dilakukan dengan cara menekan keuntungan yang didapatkan. Hal ini bertujuan agar konsumen yang ditargetkan seperti klinik, bidan, toko perhiasan, dan sebagainya tetap mau berlangganan di konveksi tas Endier.

c. Tempat (*place*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran tempat yang dimiliki konveksi tas Endier yaitu mencakup lokasi tempat usaha beserta pendistribusiannya. Konveksi tas Endier memilih rumahnya sendiri untuk menjalankan usahanya yang berlokasi di Desa Karanganyar Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek. Meskipun di desa, konveksi tas Endier memiliki lokasi yang strategis yaitu berada di pinggir jalan dan disekitar permukiman warga. Selain itu, konveksi tas Endier juga mengantarkan sendiri secara langsung kepada konsumennya yang masih bisa dijangkau seperti panggul, dongko, dll. Sedangkan untuk luar pulau biasanya menggunakan pengiriman jasa kantor pos. Pemilihan lokasi yang strategis dan memiliki akses yang baik dapat menjadikan konsumen

mudah untuk menjangkaunya serta pendistribusian produk juga menjadi lebih mudah.

d. Promosi (*promotion*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan konveksi tas Endier yaitu dengan cara promosi lewat mulut ke mulut, promosi langsung secara tatap muka yaitu mendatangi langsung ke tempat konsumen dan menawarkan produknya secara langsung, mencoba menggunakan media sosial *facebook* dan *whatsapp* setelah adanya pandemi *covid-19*.

## **2. Analisis Tentang Kendala dan Solusi Konveksi Tas Endier dalam Menerapkan Strategi Pemasarannya**

a. Produk (*product*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa konveksi tas Endier dari segi produk memiliki kendala kesulitan mencari bahan di masa pandemi *covid-19* apabila bahan di Tulungagung tidak tersedia. Karena terdapat kebijakan pemerintah yang membatasi masyarakat untuk beraktifitas di luar rumah serta ketidakmauan toko bahan untuk melayani pembelian secara *online*. Untuk mengatasi kendala tersebut tidak banyak yang bisa dilakukan karena mau tidak mau konveksi tas Endier harus tetap mencari bahan di Surabaya agar usahanya tetap berjalan. Selain kesulitan mencari bahan, konveksi tas Endier juga mengalami kendala salah menghitung jumlah produk pada saat pengemasan barang yang akan diantarkan ke

konsumen. Untuk mengatasi kendala ini biasanya konsumen memberi tahu jika barangnya kurang dan nanti akan dibuatkan kekurangannya.

b. Harga (*price*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa konveksi tas Endier memiliki kendala persaingan yang ketat sehingga harus bisa mengatur harga agar tidak kalah bersaing dengan pesaingnya. Untuk mengatasi kendala tersebut konveksi tas Endier menyiasati harga yang murah dengan memanfaatkan bahan yang tersisa dari pembuatan tas lainnya dan ukurannya lebih diperkecil. Dengan cara tersebut konveksi tas Endier tetap mempertahankan kualitas bahan yang baik, namun hanya ukurannya yang lebih diperkecil. Selain itu cara tersebut, konveksi tas Endier juga memiliki cara lain yaitu dengan menjelaskan kepada konsumen mengenai harga dan kualitas dari produk yang ditawarkannya. Solusi yang dilakukan tersebut terbukti mampu menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian.

c. Tempat (*place*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa lokasi konveksi tas Endier berada di desa jauh dari keramaian kota yang banyak orang berlalu lalang untuk melihatnya apabila dilakukan promosi melalui media spanduk, dll. Hal tersebut membuat konveksi tas Endier merasa kalah bersaing dengan konveksi-konveksi yang berada di kota-kota besar. Untuk mengatasi kendala tersebut konveksi tas Endier berupaya menjaga hubungan baik dengan tetangga sekitar maupun

dengan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk membangun citra yang baik dimata masyarakat khususnya para pelanggan.

Selain memiliki kendala tempat yang jauh dari keramaian, konveksi tas Endier juga memiliki kendala pengiriman dan kendala waktu pembuatan tas. Konveksi tas Endier tidak bisa melayani pesanan yang mendadak, karena terbatasnya tenaga kerja. Sedangkan untuk pengiriman hanya bisa dikerjakan sendiri oleh Bapak Gaguk, hal ini dikarenakan terbatasnya keuntungan yang di dapat sehingga tidak mencukupi jika harus dibagi lagi dengan menyuruh orang untuk mengirim pesanan ke pelanggan.

d. Promosi (*promotion*)

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dapat diketahui bahwa konveksi tas Endier kesulitan melakukan promosi secara tatap muka langsung. Hal ini dikarenakan yang dilayani sebagian besar berkaitan dengan kesehatan yang menerapkan protokol kesehatan dengan ketat sehingga membatasi untuk melakukan pertemuan. Oleh karena itu konveksi tas Endier beralih melakukan promosi melalui media sosial. Namun, dalam menjalankan promosi secara *online* tersebut juga masih memiliki kekurangan yaitu hanya terbatas pada aplikasi *whatsapp* dan *fecbook* saja. Meskipun hanya terbatas pada dua aplikasi tersebut konveksi tas Endier sudah berusaha semampunya untuk memasarkan produknya secara *online*, sehingga diharapkan memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas.