

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Latar Belakang Berdirinya Toko Busana Muslim Aneka Sandang Tulungagung**

Sejarah berdirinya toko busana muslim Aneka Sandang berawal dari usaha konveksi baju yang dikelola oleh Bapak Kardjiman. Saat itu bapak Kardjiman dan istrinya ibu Sudarwati memang dari awal telah merintis usaha konveksi baju muslim dan baju batik yang diberi merek AS (Aneka Sandang). Pada awalnya baju-baju hasil karya bapak Kardjiman dijual secara grosir ke seluruh wilayah di Tulungagung hingga keluar kota namun seiring perkembangan waktu maka ada sebuah ide yang muncul dibenak untuk membuat sebuah toko supaya konsumen mudah untuk menjumpai produknya. Pada tahun 2003 didirikan toko Aneka Sandang yang berlokasi di jalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung. Toko ini mula-mula dikelola oleh ibu Dar sapaan dari Ibu Sudarwati namun kemudian usahanya dikelola oleh

anak pertama mereka yaitu Ibu Rini yang saat itu kebetulan baru lulus kuliah.<sup>76</sup>

Di toko ini awalnya hanya menjual produk hasil buatan sendiri namun lama kelamaan produk buatannya sudah tidak digemari dengan alasan modelnya sudah tidak mengikuti tren. Kemudian Ibu Rini selaku pengelola sekaligus pemilik memutar otak dengan mencari dagangan busana muslim baru dengan berbagai merek yang sudah terkenal dan kualitas yang baik. Sejak saat itulah toko Aneka Sandang menjual pakaian muslim mulai dari pakaian untuk pria, wanita ,anak-anak, mukena, sarung dan lain-lain.

Berikut penuturan ibu Rini selaku pemilik toko Aneka Sandang:

*“ pada tahun 2003 orang tua membuka toko disini untuk memenuhi kebutuhan konsumen khususnya busana muslim namun akhirnya saya yang ditugaskan untuk mengelola to ko tersebut, kan kebetulan saat itu juga baru lulus kuliah. Disini selain kita jual busana muslim tentunya juga menjual mukena serta oleh-oleh haji. Kami pun menjual produk kami secara eceran dan juga grosir . Ya namanya juga orang usaha pasti ada masa surutnya. Saat itu sekitar tahun 2010 merupakan masa yang sangat sulit untuk usaha kami, tapi alhamdulillah Allah memberikan jalan sehingga toko yang kami rintis bisa berkembang hingga sejauh ini.”<sup>77</sup>*

Berdasarkan penuturan dari ibu Rini di atas menunjukkan bahwa toko Aneka Sandang mulai didirikan pada tahun 2003 dengan produk yang dijual yaitu pakaian muslim serta oleh-oleh haji. Namun usaha tersebut sempat mengalami masa pasang surut tetapi seiring perkembangan waktu lambat laun toko Aneka Sandang mendapatkan tempat di hati masyarakat karena produk yang dijual beraneka ragam dengan harga yang dapat

---

<sup>76</sup>Hasil Wawancara Dengan Ibu Sudarwati Selaku Pemilik Awal Toko Aneka Sandang ((Beralamatkan Di jalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 28 Mei 2017

<sup>77</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 28 Mei 2017

dijangkau oleh berbagai kalangan serta di toko ini selain menjual secara ecer juga melayani grosir. Hingga saat ini saja jumlah karyawan ditoko Aneka Sandang sebanyak 5 orang dan itu akan terus bertambah seiring dengan semakin banyaknya konsumen yang membeli.<sup>78</sup>

## 2. Produk

Toko Aneka Sandang merupakan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan busana muslim, sehingga dalam usahanya toko tersebut menjual beraneka macam busana muslim untuk laki-laki ataupun perempuan baik anak-anak ataupun orang tua dan juga menjual oleh-oleh haji. Untuk harga produk dari Toko Aneka Sandang disesuaikan dengan target pasar dan juga kualitas produk sehingga di toko ini tersedia dari harga yang murah hingga mahal. Berikut daftar barang yang dijual pada toko Aneka Sandang:<sup>79</sup>

**Tabel 4.1**

### **Daftar Harga Pakaian Di Toko Aneka Sandang**

| No | Jenis Barang                            | Harga           |
|----|---|-----------------|
| 1  | Baju Muslim Anak                        | 80.000- 250.000 |
| 2  | Baju Muslim Wanita Remaja hingga Dewasa | 120.000-350.000 |
| 3  | Baju Muslim Pria                        | 60.000- 180.000 |
| 4  | Mukena                                  | 40.000-210.000  |
| 5  | Jilbab                                  | 15.000-80.000   |
| 6  | Sarung                                  | 30.000-110.000  |
| 7  | Sajadah                                 | 20.000- 55.000  |

<sup>78</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 28 Mei 2017

<sup>79</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 28 Mei 2017

*Sumber : Toko Aneka Sandang<sup>80</sup>*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa produk yang dijual oleh toko Aneka Sandang sangat bervariasi mulai dari harga termurah hingga harga termahal tersedia di toko Aneka Sandang. Selain itu untuk menarik pembeli diskon biasanya diberikan untuk merek tertentu misalnya baju muslim Dannis akan di diskon 10% dan baju muslim untuk seluruh merek yaitu ada diskon 5%. Potongan harga ini biasanya berlaku pada bulan Ramadhan dan hari-hari tertentu.

### **3. Lokasi Toko Busana Muslim Aneka Sandang**

Dalam kegiatan usahanya toko busana muslim Aneka Sandang berlokasi di jalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung atau lebih tepatnya di sekitar perempatan 55 Tulungagung. Karena berada di tengah kota maka lokasinya dianggap sangat strategis dan mudah dicari oleh konsumen. Meskipun toko Aneka Sandang tidak sebesar toko busana muslim lainnya tetapi toko tersebut tidak bisa diremehkan karena meskipun bangunannya kecil tetapi barang yang dijual sangat banyak dan beragam jenisnya hal ini membuat toko Aneka Sandang selalu terlihat lebih ramai dibandingkan dengan toko sejenis disekitarnya yang juga menjual busana muslim.

---

<sup>80</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 28 Mei 2017

#### **4. Sasaran dan Tujuan Pendirian Toko Busana Muslim Aneka Sandang**

##### 1) Sasaran toko Aneka Sandang

- Seluruh masyarakat muslim di daerah Tulungagung dan luar kota karena selain menjual di toko langsung, toko Aneka Sandang juga menjual produknya melalui media online sehingga konsumennya banyak juga yang dari luar kota.
- Wanita muslimah
- Ibu-ibu rumah tangga, anak muda, pedagang (tengkulak), wanita karir dll.

##### 2) Tujuan toko Aneka Sandang

- Mencari keuntungan yang halal dan barokah
- Memenuhi kebutuhan konsumen khususnya dalam hal pakaian muslim
- Memenuhi kebutuhan oleh-oleh haji dan umroh
- Melakukan usaha perdagangan busana muslim sesuai dengan perintah Al-Qur'an dan Hadis
- Memberikan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

#### **5. Visi Dan Misi Toko Aneka Sandang**

##### 1) Visi toko Aneka Sandang

Menjadi Toko Busana Muslim yang menyediakan busana muslim yang berkualitas bagus, pelayanan oke dengan harga yang terjangkau.

##### 2) Misi Toko Aneka Sandang

- Menyediakan busana muslim dengan harga yang terjangkau

- Menyediakan baju muslim untuk semua kalangan
- Memberikan potongan harga untuk merek tertentu
- Memberikan pelayanan yang ramah
- Menerima pesanan di dalam kota dengan free ongkir (bebas biaya kirim).

## **B. Temuan Peneliti**

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian.

### **1. Strategi Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim**

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang. Begitu pula yang saat ini dilakukan oleh toko Aneka Sandang dalam upaya mempertahankan usahanya agar dapat terus diminati hingga nanti.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung tentang strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* didapatkan keterangan bahwa:

Beragam masyarakat membuat kebutuhan yang berbeda pula seperti yang disampaikan oleh Ibu Rini berikut ini:

*“produk yang kita jual ini yaitu busana muslim dimana terdapat busana muslim untuk wanita, pria dan juga anak-anak. Harganya pun bervariasi tergantung merek dan juga modelnya. Tujuan kami adalah untuk*

*menjangkau seluruh kalangan masyarakat agar proses penjualannya bisa merata”.*<sup>81</sup>

Dari penuturan Ibu Rini selaku pemilik toko beliau menegaskan bahwa produk yang dijual di toko Aneka Sandang meliputi produk busana muslim untuk wanita, pria dan juga anak-anak. Menurut beliau sangat penting mengelompokkan calon konsumennya ke dalam beberapa segmen, hal ini karena dengan melakukan strategi tersebut maka akan mempermudah produk yang dijualnya akan cepat laku sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Toko Aneka Sandang merupakan salah satu toko busana muslim yang berdiri sejak tahun 2003 hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Ibu dari 3 orang anak ini:

*“toko kami ini berdiri sudah sejak lama kira-kira ya sudah 14 tahunan lah mulai dari 2003 lalu. Dulu toko yang menyediakan busana muslim itu sangat sedikit dan toko kami merupakan salah satu toko pemula. Ya mungkin karena dulu itu orang-orang belum banyak yang menggunakan jilbab terus model busana muslim jaman dulu kan cuman itu-itu aja. Tapi melihat perkembangan fashion saat ini memunculkan banyaknya toko busana muslim yang modelnya bagus-bagus, jadi otomatis kami harus bisa menyediakan pakaian yang tidak kalah bagus dari toko lainnya yang notabene baru berdiri.”*<sup>82</sup>

Berdasarkan percakapan dengan pemilik usaha dapat diketahui bahwa toko Aneka Sandang merupakan salah satu toko busana muslim yang sudah berdiri 14 tahun lamanya. Bisa dibilang toko ini menjadi pionir usaha perdagangan busana muslim yang paling awal sebelum toko-toko busana muslim menjamur saat ini. Namun seiring perkembangan zaman

---

<sup>81</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017

<sup>82</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017

memunculkan banyaknya usaha sejenis yang menjual produk yang hampir sama sehingga membuat pengusaha memutar otak untuk terus mempertahankan usahanya dengan cara menyediakan pakaian yang bagus serta model yang sesuai dengan tren saat ini.

Selain itu juga Ibu Rini menuturkan bahwa produknya tidak hanya dijual di Tulungagung tetapi juga di luar kota dengan sistem jual beli secara online. Berikut penuturannya:

*“ untuk saat ini Alhamdulillah produk kita tidak hanya digemari oleh masyarakat di Tulungagung saja tetapi juga di luar kota. Karena kami menjamin produk busana muslim yang kami jual ini kualitasnya sangat bagus dan tentunya juga sudah memiliki brand yang cukup baik misalnya saja produk merek Dannis. Konsumen kami bahkan ada yang dari Kalimantan dan Papua dan kami harap agar ini dapat terus berkembang kedepannya”*<sup>83</sup>.

Pemasaran yang dilakukan oleh toko Aneka Sandang tidak hanya menasar di daerah Tulungagung saja melainkan juga di luar kota. Hal ini dibuktikan dengan semakin canggihnya teknologi saat ini sehingga Ibu Rini selaku pemilik toko memanfaatkan peluang tersebut untuk mengenalkan produk dagangannya secara online sehingga pemasarannya pun sampai ke luar kota hingga luar pulau seperti Kalimantan dan Papua.

Berdasarkan pemaparan yang dikemukakan oleh Ibu Rini dapat diketahui bahwa strategi segmentasi berperan sangat penting dalam kemajuan usahanya. Karena dalam menjalankan bisnisnya toko Aneka Sandang

---

<sup>83</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017



mengelompokkan konsumennya ke dalam beberapa segmen sehingga memudahkan perusahaan untuk menasar segmen mana yang akan dimasuki.

Dalam memasarkan produknya Ibu Rini membidik pasar sasarannya yaitu para wanita muslimah, seperti yang disampaikan oleh pemilik toko:

*“ kalau untuk target pasarnya yang pasti kita menargetkan para wanita muslimah karena kewajiban dari wanita muslim kan berhijab dan kita mencoba mempermudah wanita muslim untuk mendapatkan pakaian muslim yang sesuai dengan pilihannya. Selain itu juga pada umumnya wanita memang suka berbelanja pakaian, dan harganya disini pun bervariasi. Misalnya ketika seorang wanita ingin membeli baju baru dengan harga yang murah dan pas di kantong, kita akan memberi tahu barang mana yang sesuai dengan isi kantongnya. Jadi barang yang kita jual disini memang ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat dengan kualitas produk yang bisa diandalkan”*.<sup>84</sup>

Target pasar utama yang dibidik oleh toko Aneka Sandang yaitu para wanita muslimah karena menurut Ibu Rini wanita merupakan sosok yang senang berbelanja baju. Dan toko ini berusaha untuk mempermudah para wanita muslimah memilih pakaian yang sesuai dengan standart mereka serta pada toko Aneka Sandang tersedia pakaian yang sesuai dengan badget calon konsumen dengan kualitas pakaian yang baik. Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa targetnya tidak hanya wanita muslimah karena produk yang dijual di toko Aneka Sandang pun beraneka ragam jenisnya untuk semua kalangan baik itu untuk pria serta anak-anak.

---

<sup>84</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017

Selanjutnya Ibu Rini menjelaskan bagaimana upaya beliau menanamkan citra toko Aneka Sandang di benak para konsumen. Berikut ini ungkapan yang disampaikan oleh beliau:

*“ jika kita ingin memenangkan hati konsumen maka langkah kita yang pertama yaitu bersikap ramah kepada calon konsumen. Hal inilah yang saya ajarkan kepada karyawan-karyawan saya dimana saya mengajarkan kepada para karyawan bahwa konsumen itu merupakan raja jadi kita harus melayani raja dengan sepenuh hati agar kedepannya konsumen itu kembali lagi ke toko kita ini. Ketika kita ramah dan memberi senyum kepada konsumen otomatis konsumen akan merasa dihargai seperti yang telah diajarkan oleh Rasullullah bahwa hendaknya ketika kita melakukan perniagaan maka kita harus bersikap ramah dan tamah kepada calon pembeli ”.*<sup>85</sup>

Berdasarkan penuturan dari ibu 3 anak tersebut sangat penting memperlakukan calon konsumen dengan baik dan juga ramah karena dengan bersikap ramah kepada konsumen tentunya tindakan tersebut akan membuat para calon konsumen tergerak hatinya membeli di toko Aneka Sandang. Dalam melayani konsumen Ibu Rini mengajarkan karyawannya untuk bersikap sopan, ramah dan juga memberikan senyuman, seperti ajaran Rasullullah ketika beliau menjalankan perniagaan yaitu dengan membuat pembeli harus merasa diperhatikan dan juga dihargai serta bersikap ramah dan tamah.

Selain itu strategi positioning yang dilakukan oleh Ibu Rini adalah :

*“saya menanamkan citra toko saya ini di benak konsumen yaitu dengan memberikan konsumen pakaian dengan kualitas yang bagus dan juga harga yang bervariasi, selain itu juga saya mempunyai strategi khusus yaitu dengan membebaskan ongkir ketika ada yang pesan khususnya di dalam kota Tulungagung”*

---

<sup>85</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017

Dari pernyataan Ibu Rini diketahui bahwa toko Aneka Sandang menjual pakaian yang kualitasnya bagus dan juga dengan harga yang bervariasi, selain itu juga membebaskan biaya kirim untuk pesanan di dalam kota

Dengan menerapkan strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* penjualan di toko Aneka Sandang pun mengalami peningkatan. Berikut penuturan ibu Rini:

*“ dengan mengelompokkan konsumen ke dalam beberapa segmen akan memudahkan kami menjual produk yang tepat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga target kami mencakup seluruh lapisan masyarakat dan juga kami memposisikan toko kami di benak konsumen sebagai toko yang menjual produk berkualitas dengan pelayanan yang ramah sehingga membuat penjualan kami terus meningkat”*.<sup>86</sup>

Strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Toko Aneka Sandang juga menerapkan strategi STP tersebut dimana pada strategi segmentasi yaitu mengelompokkan konsumen ke dalam beberapa segmen, strategi *targeting* membidik pasar sasaran sesuai dengan produknya, dan strategi *positioning* menanamkan citra toko di mata konsumen sebagai toko yang menjual produk berkualitas dengan harga terjangkau.

*“ dari awal toko kita berdiri hingga saat ini Alhamdulillah pelanggan kami terus bertambah. Demikian pula dengan omsetnya semakin tahun semakin meningkat. Keadaan tersebut karena kami menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu juga koleksi merek produk kita juga semakin banyak. Tentunya ini semua merupakan rezeki dari Allah. Kenaikan jumlah omset terbesar itu biasanya ketika bulan Ramadhan dimana penjualan kita melonjak tajam dikarenakan permintaan masyarakat pada pakaian muslim. Dengan usaha yang saya jalankan ini*

---

<sup>86</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017

*Insyaallah berkah bagi saya, karyawan saya, dan juga para konsumen saya*".<sup>87</sup>

Dapat diketahui dari penuturan Ibu Rini selaku pemilik toko Aneka Sandang kenaikan penjualan di toko Aneka Sandang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Selain itu juga bulan Ramadhan menjadi sumbangsih terbesar dalam kenaikan penjualan tersebut karena persepsi masyarakat tentang kebutuhan membeli baju baru menjelang lebaran merupakan keadaan psikografis masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko yaitu Ibu Rini dapat ditarik kesimpulan bahwa produk yang dijual di toko Aneka Sandang sangat bervariasi dari segi harga dan juga mereknya. Di toko ini pula dijual berbagai macam pakaian mulai dari wanita, pria dan anak-anak serta menyediakan oleh-oleh Haji dan Umrah. Selain menjual secara eceran toko Aneka Sandang juga menjual secara grosir sehingga penjualan pun akan meningkat. Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan di toko Aneka Sandang yaitu dengan strategi segmentasi, targeting dan positioning. Dimana pada strategi segmentasi toko Aneka Sandang menjual berbagai macam pakaian untuk segala macam usia, jenis kelamin dan juga pemasarannya tidak hanya dilakukan secara langsung di tempat tetapi juga dilakukan secara online sehingga segmen pasar pun menjadi luas.

Setelah melakukan segmentasi pasar, toko Aneka Sandang menargetkan produk nya untuk seluruh kalangan mulai dari kalangan

---

<sup>87</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017

menengah hingga keatas khususnya para wanita. Strategi yang terakhir yaitu menempatkan citra toko Aneka Sandang di benak konsumen, dimana dalam menanamkan citra tokonya di benak konsumen toko Aneka Sandang mengedepankan kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau. Dengan melakukan strategi tersebut penjualan di toko ini pun tentunya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

## **2. Strategi Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Dalam melakukan kegiatan perdagangannya toko pemilik toko Aneka Sandang tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi juga mencari ridho dari Allah SWT. Demikian yang disampaikan oleh Ibu Rini:

*“ memang tujuan utama didirikannya toko ini adalah untuk mencari uang tetapi uang bukanlah satu-satunya hal yang dicari melainkan ridho dari Allah SWT yang membantu saya untuk terus berjuang untuk mencari rizki yang halal, dan saya harap dengan didirikannya toko ini semoga bermanfaat bagi saya pribadi dan segenap karyawan selain itu di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlak al-karimah. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Toko Aneka Sandang dapat memberi sumbangsih akhlak khususnya pada kaum wanita untuk menutup auratnya melalui busana muslim”.*<sup>88</sup>

Berdasarkan ungkapan yang disampaikan oleh Ibu Rini bahwa beliau dalam melakukan usahanya juga mencari ridho dari Allah dengan cara melakukan perniagaan yang halal serta produk yang dijual bisa menjadikan manfaat dan juga nasihat bagi para wanita muslim untuk menutup auratnya.

---

<sup>88</sup> Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, jam 10.30

Dalam kegiatan pemasarannya strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* pun dilakukan oleh toko Aneka Sandang untuk menjual produk-produk busana muslimnya kepada para konsumen. Seperti ungkapan yang disampaikan oleh ibu Rini:

*“ kami menjual produk-produk kami sesuai dengan kebutuhan konsumen dimana kami menyediakan baju muslim dari harga murah sampai harga mahal jadi konsumen bisa memilih baju yang diinginkannya sesuai dengan budgetnya “.*<sup>89</sup>

Dari penuturan ibu Rini diatas dapat diketahui bahwa produk yang dijual di toko Aneka Sandang beragam harganya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Aneka Sandang yaitu dengan berlandaskan pada bisnis Islam seperti yang diutarakan oleh pemilik toko yaitu :

*“Strategi pemasaran toko Aneka Sandang berlandaskan pada bisnis islami. Kita sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian aktivitas pemasaran harus didasari pada etika. Etika pemasaran dalam hubungannya dengan produk yaitu Produk yang halal dan thoyyib, Produk yang berguna dan dibutuhkan, produk yang berpotensi ekonomi, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dan produk yang dapat memuaskan masyarakat”.*<sup>90</sup>

Selain itu Ibu Rini menuturkan bahwa dalam melayani konsumen ketika memilih pakaian harus memberi tahu konsumen tentang kualitas dan juga kuantitasnya secara jujur. Berikut ungkapan beliau:

*“ saya menjalankan bisnis ini yaitu dengan memberi kualitas produk yang bagus tanpa adanya unsur penipuan sehingga pembeli itu puas dan ridho*

---

<sup>89</sup> Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 10.30

<sup>90</sup> Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 10.30

*akan produk tersebut ,lalu produk yang kami jual berbeda dengan yang ada di toko lain yaitu misalnya dari segi model baju serta harga yang mampu bersaing dan juga kita menerima pesanan di dalam kota dengan membebaskan biaya kirim. Dengan begitu dalam benak konsumen akan tercipta asumsi bahwa toko kami ini merupakan toko yang baik dan kualitasnya pun bagus sehingga para konsumen akan datang lagi dan lagi berbelanja di toko kami”<sup>91</sup>.*

Perdagangan yang baik yaitu perdagangan apabila antara penjual dan pembeli tidak adanya unsur penipuan tentang barang yang dijual oleh penjual sehingga dapat merugikan pembeli. Dalam menjalankan bisnisnya toko Aneka Sandang menjual produknya sesuai dengan keadaan barang tersebut sehingga nantinya tidak merugikan salah satu pihak. Selain itu juga dalam usahanya toko Aneka Sandang berupaya untuk saling ridho antara penjual dan pembeli karena dengan begitu nantinya barang tersebut akan memberikan manfaat dan menjadikan konsumen melakukan tindakan pembelian ulang di toko Aneka Sandang.

### **3. Kendala Yang Dihadapi dalam Menerapkan Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning**

Dalam melakukan strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* tentunya terdapat kendala yang dihadapi oleh toko Aneka Sandang. Berikut pemaparan pemilik toko Aneka Sandang mengenai kendala yang dihadapi oleh perusahaan:

*“ketika kita menjual produk misalnya merek Dannis dengan harga sekian dan dikhususkan untuk segmen yang mana tetapi tanpa kita sadari toko yang lain menjual produk yang mirip dengan harga yang miring dan juga*

---

<sup>91</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 10.30

*segmen sasarannya pun sama, hal ini akan mengakibatkan toko kita bisa kehilangan pelanggan dan juga bisa mematikan pasaran.”<sup>92</sup>*

Strategi segmentasi juga mempunyai kendala khusus bagi perusahaan seperti yang dialami oleh toko Aneka Sandang dimana dalam menjalankan usahanya terdapat pesaing yang serupa dengan segmen pasar yang sama namun harga yang ditawarkan jauh lebih murah dari toko Aneka Sandang.

*“ selain itu juga kendala dalam segmentasi ini produk yang kita jual beraneka ragam jenisnya dari harga yang murah hingga mahal sehingga saya tentunya membutuhkan dana yang lebih untuk membeli barang-barang tersebut, belum lagi nanti kalau barangnya ketika saya sudah nyetok banyak eh ternyata tidak banyak diminati oleh pasar kan otomatis kita jadi merugi”<sup>93</sup>.*

Kendala lain yang dihadapi oleh toko Aneka Sandang yaitu dikarenakan produknya beraneka ragam sehingga membutuhkan dana yang lebih banyak untuk membeli barang-barang tersebut dan juga ketika sudah menyetok barang yang banyak ternyata model pakaiannya sudah tidak digemari oleh konsumen sehingga menimbulkan penumpukan barang.

Menurut Ibu Rini kendala dalam hal strategi *targeting* yaitu mengenai persaingan harga. Berikut ungkapan keluh kesah dari Ibu beranak 3 ini:

*“sebenarnya kendala utama yang kita hadapi yaitu masalah persaingan harga dengan toko-toko lain, saat ini yang paling kita amati karena toko-toko lain mampu menjual dengan harga yang sangat murah tentunya itu akan mematikan pasaran. Tapi meskipun begitu kan kualitas dan model-model baju kita lebih baik jadi sebisa mungkin kita harus memotong*

---

<sup>92</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 11.00-selesai

<sup>93</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 11.00-selesai



*keuntungan kita yang sudah direncanakan di awal agar pelanggan tidak kabur”<sup>94</sup>.*

Kendala yang dihadapi oleh toko Aneka Sandang dalam strategi *targeting* yaitu tentang persaingan harga dengan toko-toko lain dimana pada toko lain harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan tokonya. Dalam hal ini Ibu Rini berupaya untuk memberi diskon kepada para pembeli dan juga meyakinkan bahwa produk yang dijual di toko Aneka Sandang kualitasnya bisa lebih bagus dibandingkan dengan yang lainnya.

Setelah itu Ibu Rini mengungkapkan kendala yang dialami dalam menentukan strategi *positioning*. Berikut pernyataannya:

*“ ketika kita mencoba untuk meyakinkan citra toko kita kepada konsumen terkadang ada saja halangannya yaitu konsumen biasanya tidak percaya dengan kualitas produk di toko kita mungkin mereka tidak menyukai salah satu merek dan model-model bajunya. Selain itu juga kan toko kita kecil tidak luas, tentunya akan membuat konsumen sedikit tidak nyaman berlama-lama di toko kita. Ada juga konsumen yang menganggap produk kita ini sama dengan toko-toko lainnya, padahal kan tidak , mungkin karena model bajunya yang hampir sama tetapi kan merek serta jenis kainnya berbeda dan itu membuat konsumen akan pindah membeli ke toko lain, nah jadi yang saya tekankan disini adalah meyakinkan konsumen bahwa produk kita ini berbeda dari yang lain”<sup>95</sup>.*

Dari penjelasan yang dikemukakan oleh Ibu Rini diketahui bahwa kendala dalam strategi *positioning* yaitu berupa keraguan konsumen akan toko Aneka Sandang yang disebabkan oleh konsumen tidak menyukai produk tertentu yang dijual di toko tersebut dan juga keadaan bangunan toko yang

---

<sup>94</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 11.00-selesai

<sup>95</sup>Ibu Rini, Wawancara Pemilik Toko Aneka Sandang, (Beralamatkan Dijalan Teuku Umar No.3, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Mei 2017, Jam 11.00-selesai

tidak terlalu luas. Kemudian juga ada konsumen yang menganggap produk yang dijual di toko Aneka Sandang sama saja dengan toko lainnya sehingga konsumen mengalami persepsi yang sama antara toko Aneka Sandang dengan toko yang lainnya.

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi tersebut yaitu yang pertama terdapat pesaing yang serupa dengan segmen pasar yang sama namun harga yang ditawarkan jauh lebih murah kemudian terjadinya penumpukan barang-barang yang penjualannya lambat dikarenakan model pakaian sudah tidak digemari padahal dalam hal itu membutuhkan dana yang besar untuk membeli barang-barangnya. Kemudian yang kedua adanya persaingan harga dengan usaha lain yang serupa sehingga menyebabkan target pasar berpindah ke tempat lain. Yang ketiga yaitu mengenai strategi *positioning* kendala yang dihadapi yakni tentang keraguan konsumen kepada toko Aneka Sandang dan juga persepsi konsumen yang menyebut bahwa toko Aneka Sandang menjual produk yang sama dengan produk yang dijual di toko tetangga.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Strategi Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim**

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian di toko Aneka Sandang mengenai strategi yang dijalani untuk meningkatkan penjualan pada dasarnya

strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang. Strategi yang dijalankan oleh toko Aneka Sandang yaitu salah satunya berupa strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Dimana strategi segmentasi merupakan strategi perusahaan mengelompokkan pasar ke dalam beberapa segmen.

Dalam menjalankan strategi segmentasi toko Aneka Sandang juga membagi pasar ke dalam beberapa segmen, seperti jenis produk yang dijual bervariasi, harga yang beragam, produk yang dijual untuk semua jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan juga produk dijual tidak hanya di Tulungagung tetapi juga di luar kota. Usaha ini selain menjual eceran tentunya juga menjual secara grosir dan langkah tersebut dapat menyebabkan jumlah penjualan semakin meningkat setiap harinya.

Untuk strategi *targeting*nya yang menjadi sasaran pasar yang utama yaitu para wanita muslimah, karena notabene barang yang dijual mayoritas adalah produk busana muslim untuk wanita. Tetapi tidak hanya wanita berhijab saja yang menjadi targetnya karena di toko Aneka Sandang terdapat pakaian muslim anak-anak, baju koko pria, sarung bahkan oleh-oleh haji juga tersedia disini. Harga yang dijual bervariasi mulai dari harga yang murah hingga harga yang mahal ada semua, mereknya pun juga beragam mulai dari merek baju biasa sampai merek ternama seperti Dannis, OMG, Zoya, Elzatta, sarung Wadimor, Iqsana dan lain-lain. Sehingga toko Aneka Sandang berupaya membidik seluruh kalangan masyarakat.

Sedangkan untuk strategi *positioning* toko Aneka Sandang memposisikan citra tokonya dengan mengedepankan kualitas produknya dan juga pelayanan yang diberikan agar konsumen merasa nyaman. Karena kepuasan konsumen merupakan tujuan dari pemilik toko. Ketika konsumen merasa puas akan kualitas produk yang dijual dan juga pelayanan yang ramah tentunya konsumen akan merasa senang berbelanja di toko Aneka Sandang dan hal ini bisa menyebabkan pembelian ulang di toko Aneka Sandang. Model pakaian juga menjadi salah satu faktor pembelian yang dilakukan konsumen, oleh karena itu sebisa mungkin toko Aneka Sandang selalu *update* model-model baju terbaru dengan berbagai merek. Selain itu juga strategi yang dilakukan dengan membebaskan biaya kirim khusus untuk pesanan di dalam kota, hal ini tentunya akan menarik para konsumen membeli di toko Aneka Sandang.

Dari penjelasan diatas mengenai strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan, berikut akan disajikan tabel mengenai data penjualan toko Aneka Sandang selama 3 tahun terakhir.

**Tabel 4.2**

**Laporan Penjualan dari Tahun 2014-2016**

| No | Tahun | Penjualan   |
|----|-------|-------------|
| 1  | 2014  | 441.890.000 |
| 2  | 2015  | 482.545.000 |
| 3  | 2016  | 507.163.000 |

*Sumber : Toko Aneka Sandang*

## **2. Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Pada dasarnya setiap usaha baik itu perdagangan tujuan utamanya yaitu adalah mendapatkan keuntungan. Tetapi bagi pemilik toko Aneka Sandang keuntungan bukan satu-satunya tujuan dalam menjalankan bisnis. Karena menurutnya dapat membantu konsumen dalam memilih pakaian yang sesuai syariat juga merupakan ibadah dan juga bisa memberikan manfaat kepada konsumen. Produk-produk yang dijual di toko Aneka Sandang pun beraneka ragam harganya sehingga dapat dijangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam menjalankan usahanya toko Aneka Sandang menerapkan strategi pemasaran Islam dimana dalam menjual produknya juga mementingkan unsur- unsur bisnis syariah, pemilik toko ketika melakukan bisnisnya mencontoh gaya berdagang Rasulullah SAW. Dimana Rasulullah SAW pernah bersabda yang artinya: *“Dari Rifa’ah bin Rafi’ r.a. (katanya): Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW. pernah ditanya, manakah usaha yang paling baik? beliau menjawab : ialah amal usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan semua jual beli yang bersih”*. (HR. al-Bazzar, dan dinilai Shahih oleh al- Hakim). Bisnis yang dijalankan asal itu halal dan saling ridho tentunya akan menimbulkan kebaikan bagi semua pihak yaitu penjual dan pembeli. Begitu pula yang telah diterapkan oleh toko Aneka Sandang dimana produk yang dijual harganya sesuai dengan kualitas sehingga pembeli yang datang untuk membeli akan merasa puas dan juga

ridho. Selain itu juga dalam kegiatan berbisnis pemilik toko menjauhkan bisnisnya dari unsur penipuan karena hal itu akan menyebabkan konsumen merasa kecewa dan tidak akan lagi membeli di toko Aneka Sandang. Oleh karena itu toko Aneka Sandang selalu mengedepankan kualitas produknya sesuai dengan kenyataannya.

### **3. Kendala Yang Dihadapi dalam Menerapkan Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning**

Ketika suatu perusahaan menjalankan strategi pemasaran pasti terdapat kendala yang dialami oleh para pengusaha. Begitu pula yang dihadapi oleh toko Aneka Sandang dalam menjalankan strateginya. Kendala tersebut tentunya akan berdampak pada proses pemasarannya sendiri. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik toko yaitu Ibu Rini beliau mengungkapkan kendala yang dihadapinya dalam kegiatan strategi segmentasi, *targeting* dan juga *positioning*.

Pada strategi segmentasi kendala yang dialami yaitu ketika toko Aneka Sandang memiliki produk yang dikhususkan untuk salah satu segmen tetapi tanpa disadari ada toko lain juga membidik segmen yang sama dengan harga yang murah, hal itu tentu akan memberi dampak negatif bagi toko Aneka Sandang. Selain itu juga ketika produk yang dijual beraneka ragam dan tentunya membutuhkan dana yang besar untuk membeli barang-barang tersebut belum lagi jika Ibu Rini sudah menyetok barang banyak ternyata kurang digemari di pasaran, tentunya ini akan menimbulkan penumpukan barang.

Setelah itu dalam menjalankan strategi *targeting* kendala yang dihadapi oleh toko Aneka Sandang yaitu masalah persaingan harga busana muslim dengan toko yang lain. Keadaan tersebut menyebabkan target pasar yang telah dibidik jadi berfikir ulang untuk membeli di toko Aneka Sandang. Namun sang pemilik toko menyiasati dengan memberi diskon atau potongan harga untuk setiap produknya serta memberikan kualitas pakaian yang baik dibandingkan dengan toko lainnya.

Penentuan posisi produk merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan, begitupun halnya dengan toko Aneka Sandang. Namun meskipun begitu ternyata juga terdapat kendala yang dihadapi dalam penentuan posisi produk. Kendala itu meliputi keragu-raguan konsumen akan produk yang dijual di toko Aneka Sandang karena sebagian orang memandang bahwa produk yang dijual toko Aneka Sandang sama saja dengan toko-toko busana muslim yang lain terlebih lagi dengan kondisi bangunan toko yang tidak terlalu luas. Selain itu juga mengenai anggapan konsumen bahwa toko Aneka Sandang sama saja dengan toko lain tentunya menimbulkan persepsi masyarakat akan toko Aneka Sandang biasa-biasa saja dan produknya pun biasa saja. Padahal meskipun bangunan toko ini kecil dan tidak sebesar toko pakaian lainnya tetapi produk busana muslim yang dijual di sini sangat beraneka ragam model, merek dan juga harganya.