

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan data

1. Sejarah berdirinya Zhafira Shop

Zhafira shop merupakan usaha di bidang perdagangan yang bersifat online dan offline. Usaha ini didirikan pada tanggal 31 agustus 2015. Berdirinya usaha ini diawali dari kerja keras pak nurudin yang menguasai bidang perdagangan. Pada mulanya pak nurudin berjualan motor serta onderdil motor, karena istrinya berada di luar negeri dan sering berbelanja perabotan rumah tangga secara online, maka beliau beserta istri tergugah untuk membuka usaha jual beli online, berikut penjelasan pak nurudin:

“sebelum saya fokus pada usaha bisnis Zhafira Shop saya melakukan usaha jual beli motor bekas dan onderdilnya yang tetap berjalan hingga saat ini, usaha Zhafira shop pada awalnya istri saya yang berada di luar negeri sering berbelanja perabotan rumah tangga secara online pada suatu saat karena saya melihat peluang yang besar dalam berbisnis online dan istri saya berinisiatif untuk memulai bisnis jual beli online. Istri saya yang memasarkan lewat media online sedangkan saya yang mengurus barang-barang yang akan diperjual belikan secara online dan mengirimkan barang kepada pembeli”¹

Dari keterangan yang diungkapkan pak nurudin, dijelaskan bahwa bisnis jual beli online ini berawal dari kebiasaan istrinya yang tidak berada di rumah berbelanja secara online. Karena pada saat ini semua dapat dilakukan secara online usahanya ini tidak hanya menjual perabotan rumah tangga, namun sekarang sudah menjual banyak barang mulai dari pakaian dari anak-anak hingga dewasa, mebel serta gerabah.

“ karena sekarang serba online dan usaha jual beli online ini sudah mulai berjalan maka barang-barang yang diperjual belikan tidak hanya sebatas perabotan rumah tangga saja namun pakaian, gerabah dan mebel.”²

¹ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

²Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

Karena usaha ini sudah mulai berkembang dan pak nurudin jarang berada di rumah untuk ditemui pelanggan yang ingin mengambil pesanan serta banyak pelanggan yang menginginkan untuk melihat berbagai produk yang diperjual belikan serta memiliki kesempatan untuk membuka toko offline (toko konvensional) pak nurudin membuka toko offline dalam setahun ini yang berada di jalan raya Bandung-Campurdarat tepatnya di RT 03 RW 01 dusun Duren desa Gombang kecamatan Pakel kabupaten Tulungagung dengan memperkerjakan dua karyawan.

“karena saya sendiri jarang berada di rumah dan banyak orang yang ingin menganmbil barang pesanan sulit untuk membuat janji dengan saya, saya mempunyai inisiatif untuk membuka toko offline di dusun duren. Meskipun toko itu masih berisi baju saja namun sangat memudahkan para pelanggan saya dalam mengambil pesanan.”³

2. Letak geografis Zhafira Shop

Letak geografis toko offline Zhafira Shop adalah di jalan raya Bandung-Campurdarat tepatnya di RT 03 RW 01 dusun Duren desa Gombang kecamatan Pakel kabupaten Tulungagung, letak toko Zhafira Shop sangat strategis katena berada di jalan raya dan juga jauh dari para pesaing.

3. Tujuan

Tujuan didirikannya usaha Zhafira Shop adalah untuk memudahkan para konsumen yang tidak memiliki waktu serta tidak memiliki kesempatan dalam melakukan proses jual beli secara langsung dalam melakukan jual beli berbagai keperluan yaang diperlukan.

“selain alasan yang telah saya ungkapkan tadi tujuan saya mendirikan usaha Zhafira Shop adalah supaya memudahkan para konsumen yang tidak memiliki banyak waktu dan proses jual beli secara langsung agar dapat memenuhi kebutuhannya.”⁴

³ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

⁴Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

4. Struktur organisasi Zhafira Shop

Nama	Jabatan
Nurudin	Owner
Binti	Administrasi
Enggar	Karyawan
Ayu	Karyawan

(Sumber: profil toko Zhafira Shop)

Owner merupakan pihak yang melakukan koordinasi, mengelola usaha, dan mengidentifikasi kebutuhan dan perencanaan program. Administrasi memiliki tanggung jawab atas keuangan dan pengarsipan. Dan untuk Karyawan bertugas dalam melaksanakan kegiatan usaha di Toko Zhafira Shop.

B. TEMUAN HASIL PENELITIAN

1. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Zhafira Shop

a. product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dibeli atau dikonsumsi. Namun, suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa dan keinginan lain-lain untuk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan. Dalam strategi pemasaran produk yang diperjual belikan di Zhafira shop bermacam-macam mulai dari pakaian anak-anak sampai dewasa, gerabah, mebel serta perabotan rumah tangga lainnya. Hal tersebut diungkapkan oleh pak nurudin selaku owner Zhafira Shop:

“banyak produk yang saya perjual belikan pada saat ini secara online mulai dari pakaian anak-anak sampai dewasa, gerabah, mebel dan saya juga menjual motor serta onderdilnya secara online serta kalau mau mendekati

lebaran saya juga menjual keperluan lebaran seperti sembako, parcel dan juga berbagai macam makanan.”⁵

Hal tersebut diperkuat dengan ungkapan mbak Enggar yang merupakan karyawan toko Zhafira Shop:

“di toko ini memang yang ada adalah pakaian, hijab dan sepatu namun pada toko online kami menjual berbagai macam produk, apalagi kalau lebaran lebih banyak lagi produk yang kami jual belikan.”⁶

Salah satu cara yang digunakan dalam menarik pelanggan adalah memberikan mutu produk yang terbaik serta berkualitas, sehingga banyak konsumen yang akan membeli produk dan akan membeli ulang produk yang ditawarkan. Dan dalam pemilihan produk dilakukan mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan permintaan konsumen:

“untuk produk yang kami jual itu kami memilih produk dengan mutu yang terbaik supaya konsumen kami itu puas dan tidak kapok untuk membeli kembali produk yang kita tawarkan. Untuk pemilihan produk saya mengikuti perkembangan yang terjadi saat ini serta memenuhi permintaan yang diperlukan oleh konsumen, seperti misalnya kalau ada yang menanyakan produk yang belum ada atau dengan model yang lain, itu akan segera dicarikan dan diberitahukan kepada konsumen sehingga bagaimanapun itu konsumen kita tidak merasa kecewa.”⁷

Hal ini diperjelas oleh tanggapan mbak ayu:

“ produk yang dijual disini merupakan produk yang terbaik, kalau ada kerusakan atau cacat akan segera dipisahkan agar tidak dipilih dan dibeli konsumen. Dan untuk prosuk yang dijual itu selalu update supaya tidak ketinggalan dan selalu diminati serta kalau konsumen menanyakan yang tidak dimiliki kita akan langsung menghubungi pak nurudin dan langsung dicarikan, kalau ada langsung kami berutahukan kepada konsumen.”⁸

Sejauh ini citra Zhafira shop ini tergolong baik karena memang kepuasan konsumen lah yang diutamakan oleh pemilik Zhafira Shop seperti dalam

⁵ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

⁶ Wawancara dengan mbak Enggar (karyawan toko Zhafira Shop), 21 juli 2018.

⁷ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

⁸ Wawancara dengan mbak ayu (karyawan toko Zhafira Shop) 21 juli 2018.

memasarkan produk secara online gambar yang digunakan merupakan gambat asli produk itu sendiri, jadi antara gambar dan produk yang diterima oleh pelanggan itu sama.

“produk yang kita jual itu semuanya merupakan kualitas yang baik, serta dalam penjualan secara online yang kita tunjukkan itu adalah photo asli, sehingga barang yang akan diterima oleh pelanggan itu sama dengan gambar yang mereka lihat,”⁹

Pak Nurudin mengungkapkan untuk pengemasan serta jaminan produk sangat beliau utamakan, karena untuk menjaga kerusakan dan juga untuk menjaga keugian yang akan dialami oleh Zhafira Shop:

“Untuk pengemasan itu kita kalukan dengan baik dan rapi, supaya pembeli yang membeli itu merasa senang, dan untuk pengiriman produk dilakukan dengan hati-hati supaya barang yang dikirim tidak mengalami kerusakan yang berat, dan kalau barang sampai ke tangan konsumen itu rusak maka barang itu akan kami ganti tanpa tambahan biaya.”¹⁰

Tanggapan serupa juga diungkapkan oleh mbak Enggar:

“Biasanya untuk produk yang dipesan secara online langsung kami kemas secara rapi dan ditata sedemikian rupa agar barang tersebut tidak rusak dalam proses pengiriman.”¹¹

Namun, karena usaha ini merupakan usaha baru, serta mulai mengalami perkembangan yang mencolok tiga tahun terakhir ini Zhafira Shop:

“untuk hak paten merek dagang belum saya daftarkan karena selama ini saya melakukan jual beli secara online dan baru seratus ini membuka jual beli secara offline, serta memang usaha saya ini mengalami perkembangan yang terlihat tiga tahun terakhir ini, jadi saya masih fokus untuk membangun citra baik dan mempertahankan citra baik itu di pandangan konsumen.”¹²

Dari penjelasan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa pemilik Zhafira shop sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Dan juga pemilik sangat mempertimbangkan bagaimana produk yang di tawarkan kepada konsumen dapat

⁹ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

¹¹ Wawancara dengan mbak Enggar (karyawan toko Zhafira Shop), 21 juli 2018.

¹² Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

diterima oleh para konsumen. Di samping itu pemilik juga menjaga agar konsumen yang membeli barang pada Zhafora Shop merasa puas dan membeli produk pada Zhafira Shop.

b. price (harga)

Strategi penetapan harga yang diterapkan untuk produk yang ditawarkan dapat disimpulkan bahwa harga itu mempengaruhi minat pelanggan dalam membeli produk yang diinginkan. Oleh karena itu kejujuran dalam melakukan jual beli sangatlah penting. Dalam proses penetapan harga yang dilakukan oleh Zhafira shop adalah dengan mengambil keuntungan 20%, dan juga untuk pembayaran Zhafira shop menekankan pembayaran dilakukan secara tunai dan juga tranfer, pembayaran dilakukan secara penuh tidak dengan cicilan.

*“dalam mengambil keuntungan kita mengambil keuntungan sebanyak 20% dari seluruh total biaya yang digunakan, dan untuk pembayarannya kita tidak melakukan pembayaran dengan metode cicilan untuk menghindari hal yang tidak diinginkan.”*¹³

Harga yang ditentukan oleh Zhafira shop itu termasuk harga di bawah para pesaing karena memang pemilik Zhafira Shop langsung ke distributor sehingga meskipun barang yang di jual dengan harga murah tetap mendapatkan laba:

*“karena saya langsung mengambil barang dari distributor maka harga yang saya berikan kepada para konsumen bisa di bawah harga para pesaing.”*¹⁴

Perhitungan harga akhir tersebut sudah termasuk ongkos kirim pada belanja online, yang mendapatkan subsidi ongkos kirim adalah pengiriman dimana lokasi atau rumah konsumen masih dapat dijangkau, kalau rumah konsumen termasuk luar kota atau sulit di jangkau (misalnya pegunungan) maka, akan dikenakan biaya pengiriman untuk barang yang dibelanjakan. Apalagi kalau barang tersebut

¹³ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

¹⁴ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

merupakan barang yang berat dan memerlukan biaya tambahan untuk mengirim.

Misalnya pembelian mebel.

“saya memberikan subsidi atau gratis pengiriman kepada konsumen yang jaraknya terjangkau, dan kalau jaraknya jauh, misalnya di luar kota atau pegunungan maka akan dikenakan biaya sendiri. Apalagi kalau pembelian mebel terus jaraknya jauh dan memerlukan akomodasi maka akan dikenakan biaya tambahan untuk pengiriman barang.”¹⁵

c. place (tempat)

Dalam suatu usaha jual beli hal yang penting, karena tempat merupakan hal dimana konsumen akan datang dan membeli produk. Dalam pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat agar dapat menarik konsumen.

“toko offline Zhafira shop berada di jalan Bandung Campur Darat, tepatnya di jalan raya Bandung-Campurdarat tepatnya di RT 03 RW 01 Dusun Duren desa Gombang kecamatan Pakel kabupaten Tulungagung, jika dilihat dari lokasinya memang toko kami jauh dari pusat kota, namun pada awal dibukanya toko ini adalah untuk mempermudah konsumen dalam melihat produk pakaian yang kami jual. Dan juga untuk mempermudah konsumen untuk mengambil barang-barang yang dijual secara online, karena memang saya sulit untuk membuat janji dengan konsumen disebabkan saya juga mengantar pesanan ke berbagai tempat.”¹⁶

Hal tersebut dikuatkan dengan argumen mbak ayu:

“pada awal dibukanya toko ini isinya masih sangat sedikit mungkin hanya ada baju beberapa lusin saja. Dan yang datang kesini kebanyakan orang yang mengambil pesanan. Namun, sekarang setelah barang di toko banyak, toko sudah mulai ramai dikunjungi pengunjung.”

Lokasi toko ini jauh dari pusat kota, jauh dari lokasi perkantoran dan juga jauh dari pusat pemerintahan. Meskipun demikian hal tersebut tidak mempengaruhi jumlah pembeli yang datang, karena meskipun lokasinya tidak berada di pusat kota di sekitar toko tidak ada pesaing yang menjual produk yang sama.

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

“ toko ini memang jauh dari pusat kota, jauh dari pusat perkantoran maupun pusat pemerintahan namun toko kami tetap memiliki sisi strategis yang lain yaitu di sekitar toko kami tidak ada pesaing, oleh karena itu toko ini tetap mempunyai daya pikat tersendiri .”¹⁷

“ lokasi toko ini dekat dengan pemukiman masyarakat, jumlah konsumennya pun juga banyakkarena memang toko ini berada di jalan utama bandung-campurdarat, oleh karena itu orang yang lalu-lalang tetap dapat mengetahui tentang lokasi toko ini.”¹⁸

d. promotion (promosi)

Promosi merupakan strategi sebuah usaha untuk memasarkan produknya, banyak berbagai cara promosi yang digunakan untuk memasarkan produknya agar dapat dikenal dan diketahui masyarakat. Zhafira Shop memiliki baebagai cara untuk mempromosikan produknya. Hasil wawancara dengan pak nurudin selaku pemilik Zhafira Shop:

“ kita melakukan promosi dengan memanfaatkan media online seperti WA dan Facebook. Dalam promosi itu kita membuat grub WA dan Facebook, dalam meningkatkan volume penjualan, karyawan kita juga begitu jika dia dapat menjual produk yang kita miliki pada akhir bulan mendapat bonus sendiri selain pendapatan bulanan yang didapatkan.”¹⁹

Pada saat tawar menawar mungkin ada beberapa orang yang hanya ingin tanya-tanya saja untuk mengetahui tentang harga dan bagaimana produk tersebut. Untuk meyahinkan dan menghindari konsumen yang demikian pemilik usaha harus dapat meyakinkan pelanggan dan juga dapat memenuhi apa yang pelanggan inginkan:

“ dalam menghindari dan juga meyakinkan pelanggan yang berniat melakukan pembelian coba-coba atau hanya menanyakan saja, kita harus meyakinkan pelanggan atau calon konsumen supaya tertaik dengan produk kita, bila produk tersebut belum ada maka akan segera kita carikan dan kita beritahukan kepada konsumen.”²⁰

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

²⁰ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

Seperti halnya yang diungkapkan oleh mbak Ayu:

“Dalam mempromosikan kita harus pintar-pintar meyakinkan pelanggan, kita juga harus dengan cepat menanggapi pertanyaan konsumen yang menanyakan tentang produk yang kita jual. Disamping itu jika produk yang ditanyakan konsumen belum kita ketahui kita akan langsung menanyakan ke pak nurudin dan kalau sudah di beri tahu kita juga akan langsung memberi tahu konsumen kita.”²¹

Dalam mempertahankan pembelian ulang konsumen dan juga meningkatkan loyalitas konsumen Zhafira Shop akan memberikan potongan harga atau pemberian bonus kepada pelanggan yang berbelanja di Zhafira Shop:

“untuk pembelian ulang ke Zhafira shop itu akan mendapatkan diskon atau akan mendapatkan bonus sesuai dengan apa yang mereka beli di Zhafira Shop. Misalnya jika dalam setahun seseorang membeli berulang ulang di Zhafira Shop maka pada haro lebaran akan mendapatkan THR atau pada akhir tahun akan mendapatkan bonus. Dan kalau setoap pembelian mereka belanja dalam jumlah besar biasanya akan kite beri harga reseler, jadi barang yang mereka beli jauh lebih murah lagi.”²²

Hal serupa juga diungkapkan oleh mbak ayu:

“biasanya kan yang berbelanja online ada catatan sendiri. Jadi, berapa kali mereka beli atau berapa banyak mereka membeli kan ada catatannya. Pada akhir tahun atau pada saat sebelum lebaran itu kita rekap dan akan diputuskan bonus apa yang akan mereka terima.”²³

Perluasan kegunaan pada Zhafira Shop adalah dengan mengikuti bazar-bazar ataupun pameran yang di adakan di kalangan masyarakat.

“pada saat ada bazar biasanya reseler kami, atau tetangga saya akan meminta izin untuk memamerkan barang yang kita miliki di bazar atau pameran, hal tersebut sangat menguntungkan kita karena dengan demikian produk yang kita jual akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat, di samping itu kita juga lebih sering mempromosikan barang yang sering dicari oleh masyarakat dan jarang dijual belikan. Apalagi kalau jarang dijual belikan atau dipromosikan secara online seperti keerluan rumah tangga.”²⁴

²¹Wawancara dengan mbak ayu (karyawan toko Zhafira Shop) 21 juli 2018.

²² Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

²³ Wawancara dengan mbak ayu (karyawan toko Zhafira Shop) 21 juli 2018.

²⁴ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

2. Kendala Bauran Pemasaran yang Dialami oleh Zhafira Shop dalam Meningkatkan Volume Penjualan

a. Product

Produk merupakan bagian penting dalam sebuah usaha. Dengan demikian dalam pemasaran akan meningkatkan produk untuk meningkatkan penjualannya. Meningkatnya penjualan tidak akan berhasil jika usaha tersebut memiliki kendala, seperti diungkapkan oleh bapak nurudin:

“kendala pada produk dalam meningkatkan volume penjualan adalah ketika produk yang datang maupun dikirim itu mengalami kerusakan. Atau ketika produk yang kita pesan itu tidak sesuai dengan angan-angan atau persepsi kita terhadap produk tersebut. Dan juga ketika produk yang kita stok lama biasanya jarang diminati konsumen karena konsumen biasanya memilih produk baru untuk mereka beli. Apalagi ketika mendekati lebaran barang yang awalnya banyak dan mudah untuk didapatkan menjadi langka dan sulit untuk didapatkan.”²⁵

Terkait hal tersebut sesuai dengan pendapat mbak ayu, ia mengutarakan:

“kendala yang dialami untuk produk yang kita tawarkan adalah ketika barang datang tidak sesuai dengan keinginan dan ketika barang itu rusak atau cacat, dan juga barang yang telah di stok lama biasanya kurang diminati karena di geser dengan model baru.”²⁶

Dari keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada strategi produk kendala yang dialami adalah ketika produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan, dan ketika barang yang dikirimkan kepada konsumen mengalami kerusakan, serta ketika barang yang di stok telah bergeser dengan model baru maka barang yang telah di stok akan kurang diminati oleh konsumen. Serta ketika barang

²⁵ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

²⁶ Wawancara dengan mbak ayu (karyawan toko Zhafira Shop) 21 juli 2018.

yang awalnya mudah didapatkan menjadi langka sedangkan konsumen banyak yang mencari barang tersebut.

b. Price

Dalam sebuah usaha jual beli harga merupakan penentu konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam menentukan harga banyak yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha termasuk kendala yang harus dialami seperti yang diungkapkan oleh bapak nurudin:

“kendala pada saat menentukan harga adalah ketika barang yang pada awal kita jual mengalami kenaikan ketika pesanan yang datang banyak seperti pada saat lebaran, ketika dari distributor harga naik karena barang menjadi langka serta banyak juga yang memesan barang tersebut hal tersebut menjadikan barang mengalami kenaikan harga dan kita tidak memungkinkan untuk menaikkan harga kepada konsumen.”²⁷

Dari uraian di atas dapat disimpulkan kendala yang dialami oleh Zhafira Shop adalah ketika harga barang mengalami kenaikan pada saat harga jual produk tersebut tidak mungkin mengalami kenaikan, seperti pada saat lebaran yang memang para konsumen banyak membutuhkan keperluan lebaran misalnya pakaian, dan berbagai makanan. Ketika barang menjadi langka dan sulit didapatkan maka harga barang tersebut mengalami kenaikan yang akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh Zhafira Shop.

c. Place

Tempat merupakan lokasi dimana terjadinya proses jual beli. Dalam hal ini lokasi yang ditetapkan sebagai toko offline Zhafira Shop memiliki peranan penting

²⁷ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

untuk menarik konsumen. Pemilihan lokasi ini memiliki pertimbangan seperti kendala yang akan dialami.

“dalam pemilihan lokasi ini banyak pertimbangan yang harus difikirkan seperti lokasinya yang memang jauh dari pusat kota, meskipun di sekitar lokasi kita membuka toko offline ini belum ada pesaing, biasanya konsumen mengalami keraguan untuk datang ke toko kami, hal itu menyebabkan toko offline kami tidak seramai dengan toko yang ada di pusat kota.”²⁸

Hal tersebut juga diperkuat dengan argumen mbak enggar:

“orang-orang yang lewat di depan toko ini biasanya hanya melihat dari luar saja, karena Zhafira Shop ini tidak hanya toko offline namun toko online juga biasanya konsumen yang sering datang ke toko adalah konsumen yang akan mengambil barang pesanan.”²⁹

Dari uraian di atas bahwa lokasi merupakan hal yang penting untuk membuat konsumen tertarik untuk melihat dan membeli produk yang ditawarkan oleh Zhafira Shop. Kendala yang dialami oleh toko offline Zhafira Shop adalah minat konsumen untuk membeli barang pada Zhafira Shop tidak seramai seperti toko-toko yang ada di pusat kota.

d. Promotion

Promosi merupakan penentu dalam pemasaran produk yang ditawarkan, karena dengan promosi para konsumen dan calon konsumen mengetahui tentang produk yang ditawarkan. Dengan adanya promosi maka konsumen yang akan dituju akan tepat sasaran. Namun, dalam melakukan promosi tidak selalu mudah seperti yang direncanakan terdapat beberapa kendala yang akan dihadapi oleh Zhafira Shop:

“kegiatan promosi yang kita lakukan memang tidak mudah seperti pada awal saya merintis usaha ini sangat sulit untuk memberikan citra baik di konsumen. Apalagi kalau kita melakukan kesalahan yang fatal, bukan nama baik yang kita dapatkan namun citra buruk di hadapan para konsumen, apalagi

²⁸ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

²⁹ Wawancara dengan mbak Enggar (karyawan toko Zhafira Shop), 21 juli 2018.

kalau barang yang datang memiliki perbedaan dengan yang mereka terima, mereka mungkin akan mempromosikan kekurangan usaha kita di bandingkan dengan kelebihan-kelebihan yang kita miliki. Dan juga kendala utama jual beli online adalah ketika akun yang kita gunakan dalam jual beli online di bajak akunya.”³⁰

Dari ungkapan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala yang dialami oleh Zhafira Shop adalah ketika pada posisi merintis usaha, pada saat sulitnya melakukan promosi agar mendapat citra baik dalam pandangan konsumen, juga ketika promosi dalam memberitahukan kekurangan Zhafira Shop yang dilakukan konsumen pada saat Zhafira Shop melakukan kekeliruan. Dan untuk jual beli online kendala utamanya adalah ketika akun yang digunakan untuk jual beli di bajak oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

3. Solusi yang Dilakukan oleh Pemilik Zhafira Shop untuk Menghadapi Kendala Meningkatkan Volume Penjualan

a. Product

Produk merupakan hal terpenting dalam sebuah usaha. Ketika produk itu mengalami kendala maka harus segera ada penyelesaian demi kelangsungan usaha tersebut:

“ketika produk yang kita kirim mengalami kerusakan barang tersebut akan kita ganti tanpa biaya tambahan, dan kalau kerusakan itu kecil kita akan memberikan potongan harga terhadap barang yang telah kita kirim. Pada produk stok lama barang tersebut akan kita obral agar segera habis dan digantikan barang yang baru. Dan untuk mengatasi kelangkaan pada saat lebaran, sebelum memasuki bulan ramadhan kita akan memperbanyak stok yang ada di toko sehingga kita dapat meminimalisir kehabisan produk yang akan kita jual.”³¹

Hal tersebut juga dikuatkan dengan argumen mbak ayu:

³⁰ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

³¹ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

“barang yang rusak pada saat sampai ke tangan konsumen biasanya diganti dengan barang yang baru, kalau kerusakannya tidak parah akan kita beri potongan. Untuk stok lama akan diobral biasanya agar cepat habis. Dan pada saat mau lebaran itu biasanya barang yang laris di pasaran di stok dari sebelum memasuki bulan ramadhan.”³²

Dengan argumen di atas biasanya dalam menghadapi kendala kerusakan barang akan diganti oleh pihak Zhafira Shop tanpa ada biaya tambahan. Untuk barang stok lama yang belum terjual akan diobral agar cepat habis. Dan untuk menghadapi kelangkaan Zhafira Shop akan menyetok barang yang akan dijual agar pada saat barang langka Zhafira Shop akan tetap memiliki stok barang.

b. Price

Harga merupakan penentu untuk konsumen membeli barang pada sebuah usaha. Ketika penetapan harga mengalami kendala atau ketika barang yang dijual mengalami kenaikan akan mengakibatkan penurunan penjualan.

“ menghadapi kenaikan harga pada saat lebaran ketika barang menjadi langka adalah dengan menyetok barang ketika masih pada harga normal sebelum lebaran. Dan ketika harga barang tersebut mengalami kenaikan pada saat barang langka maka kita tidak menaikkan harga namun meratakan keuntungan agar para konsumen tetap belanja di Zhafira Shop.”³³

Kesimpulan dari argumen di atas adalah dalam menghadapi kenaikan harga pada saat kelangkaan barang yang akan terjadi pihak Zhafira Shop akan menyetok barang ketika harga barang masih stabil, dengan demikian ketika harga barang naik harga jual produk di Zhafira Shop tidak mengalami kenaikan karena Zhafira Shop akan pemeratakan harga dengan mengurangi keuntungan.

c. Place

³² Wawancara dengan mbak ayu (karyawan toko Zhafira Shop) 21 juli 2018.

³³ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

Tempat merupakan lokasi dimana konsumen akan datang dan membeli barang di Zhafira Shop. Ketika ada kendala dengan lokasi penjualan maka harus segera dicari solusinya.

“karena toko offline Zhafira Shop tergolong baru memang belum banyak konsumen yang datang, apalagi lokasi toko kita tidak berada di pusat kota. Untuk menghadapi hal tersebut adalah dengan menggalakkan jual beli secara online, karena memang jual beli online akan banyak konsumen yang melihat berbagai macam produk yang ditawarkan.”³⁴

Hal tersebut juga diungkapkan oleh mbak Enggar:

“karena toko kita ini tidak seramai dengan toko yang ada di psat kota, biasanya selain pak Nurudin yang melakukan penjualan secara online kami selaku karyawan juga ikut mempromosikan seara online. Hal tersebut dilakukan untuk memberi tahu konsumen tentang produk yang di jual oleh Zhafira Shop dan juga untuk mencapai target yang diinginkan.”³⁵

Dari keterangan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk mengatasi kedala lokasi toko yang kurang ramai dibanging dengan toko yang ada di pusat kota maka yang dilakukan oleh Zhafira Shop adalah dengan menggalakkan penjualan secara online untuk mencapai target yang diinginkan.

d. Promotion

Promosi merupakan tolak ukur bagaimana produk yang akan dipasarkan diketahui oleh konsumen yang akan memneli barang pada sebuah usaha jual beli. Ketika promosi yang dilakukan mendapat kendala maka produk yang akan dijual kurang diminati konsumen.

“untuk mentasasi kendala dalam promosi, kita tetap melakukan promosi dengan baik. karena promosi dari mulut ke mulut tidak dapat kita hentikan, yang kita lakukan adalah tetap melakukan promosi dengan sebaik mungkin. Biasanya isu negatif itu akan terkikis dengan berjalannya waktu dengan

³⁴ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

³⁵ Wawancara dengan mbak Enggar (karyawan toko Zhafira Shop), 21 juli 2018.

menjaga kejujuran kita, dan untuk menghadapi pembajakan akun maka sekiranya saya mengetahui kalau akun mengalami pembajakan adalah dengan mengganti akun kalau memang aku tersebut sudah tidak bisa digunakan.”³⁶

Dalam menghadapi kendala promosi, berdasarkan argumen pak nurudin tersebut maka dapat disimpulkan karena promosi negatif dari mulut ke mulut tersebut tidak bisa dihentikan begitu saja. Kiat-kiat yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi dengan sebaik mungkin dan tetap menjaga kejujuran. Dan juga segera mengganti akun yang digunakan ketika akun media sosial yang digunakan tidak mungkin dipakai kembali dan memberitahukan kepada konsumen.

C. ANALISIS DATA

1. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Zhafira Shop

Setelah melakukan pengamatan di Zhafira Shop strategi bauran pemasaran yang dilakukan Zhafira Shop, dimana bauran terdiri dari empat elemen yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Produk yang dijual di Zhafira Shop merupakan berbagai macam produk seperti pakaian, mebel gerabah dan juga perabotan rumah tangga lainnya. Dalam menawarkan produk Zhafira Shop memilih mutu yang baik dan juga sangat mementingkan kepuasan pelanggan.

³⁶ Wawancara dengan Bapak Nurudin (pemilik usaha Zhafira Shop), 20 juli 2018.

Penentuan harga pada setiap produk yang ditawarkan oleh Zhafira Shop keuntungan yang diambil adalah sebesar 20%. Dan harga produk yang di jual di Zhafira Shop merupakan produk yang murah dibandingkan dengan harga pada para pesaing.

Zhafira Shop letaknya cukup strategis katena dekat dengan akses jalan raya, yaitu jalan raya Bandung-Campurdarat tepatnya di RT 03 RW 01 dusun Duren desa Gombang kecamatan Pakel kabupaten Tulungagung

Pada bagian promosi, Zhafira Shop mempromosikan produknya dengan berbagai cara diantaranya melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, dari mulut ke mulut, bazar dan juga pameran. Cara promosi tersebut dianggap efektif karena dapat secara mudah untuk menyebar luaskan informasi.

2. Kendala Bauran Pemasaran yang Dialami Oleh Zhafira Shop dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Dalam melakukan strategi bauran pemasaran tidaklah mudah berbagai kendala yang ada banyak memper pengaruh pada proses penjualan. Kendala tersebut dapat menghambat proses penjualan dan juga dapat mempengaruhi strategi yang telah direncanakan, atau mungkin bisa menghentikan proses penjualan suatu usaha yang telah sulit didirikan.

Produk yang di jual oleh Zhafira Shop memang bermacam-macam dan mempunyai banyak pilihan. Kendala yang dialami oleh Zhafira Shop pada stretegi produk adalah pada saat barang yang dikirim mengalami kerusakan, stok lama yang menumpuk dan juga ketika produk yang dijual mengalami kelangkaan.

Harga merupakan hal yang sangat penting dalam menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Penentuan harga yang tepat dapat dengan mudah mendorong konsumen dan calon konsumen untuk membeli produk pada usaha jual beli. Kendala dalam menentukan harga dapat mempengaruhi tingat penjualan. Kendala

tersebut diantaranya ketika barang menjadi langka dan menyebabkan kenaikan harga beli produk.

Lokasi merupakan hal utama dalam mendirikan toko, karena lokasi adalah tempat dimana terjadinya proses jual beli. Lokasi ini sangat berpengaruh terhadap minat konsumen yang akan melihat barang yang ditawarkan. Kendala yang dialami dalam menentukan lokasi adalah ketika lokasi tersebut jauh dari pusat kota dan mengakibatkan pengunjung toko tidak seramai pada toko yang ada di pusat kota.

Pada setiap usaha memiliki cara sendiri dalam melakukan promosi untuk memperkenalkan berbagai produk yang akan dipasarkan. Dengan melakukan promosi maka masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk yang dijual. Kendala dalam promosi akan menghambat konsumen mengetahui produk yang akan dijual. Kendala yang dialami dalam melakukan promosi adalah ketika promosi dari mulut ke mulut dilakukan. Namun promosi itu tidak untuk memberi tahu kelebihan Zhafira Shop namun memberitahukan kekurangan Zhafira Shop. Dan juga ketika akun media sosial yang digunakan dalam proses promosi mengalami pembajakan.

3. Solusi yang Dilakukan oleh Pemilik Zhafira Shop untuk Menghadapi Kendala Meningkatkan Volume Penjualan

Ketika sebuah usaha jual beli mengalami kendala dalam melaksanakan strategi pemasarannya, hal tersebut akan menghambat usaha tersebut untuk mencapai target yang diinginkan dalam penjualan. Maka, untuk menghindari hal yang tidak diinginkan harus segera dicari solusinya agar usaha tersebut tetap dapat melangsungkan usahanya.

kendala yang strategi produk yang dialami oleh usaha jual beli akan mengakibatkan konsumen enggan untuk membeli ulang pada toko tersebut. Dalam menghadapi kendala Zhafira Shop memiliki cara sendiri untuk mengatasinya. Dalam

menghadapi kelangkaan adalah dengan menggunakan motif berjaga-jaga dengan menyetok barang yang akan dijual, sedangkan untuk stok lama yang akan diasarkan akan diobral agar bisa diganti dengan produk baru.

Kendala strategi harga yang dialami oleh Zhafira Shop adalah ketika menghadapi kenaikan harga pada saat kelangkaan barang yang akan terjadi pihak Zhafira Shop maka akan menyetok barang ketika harga barang masih stabil, dengan demikian ketika harga barang naik harga jual produk di Zhafira Shop tidak mengalami kenaikan karena Zhafira Shop akan pemeratakan harga dengan mengurangi keuntungan.

Kendala tempat yang dialami oleh Zhafira Shop adalah ketika penjualan produk secara offline tidak ramai, maka solusi yang digunakan oleh Zhafira Shop adalah dengan menggalakkan penjualan secara online.

Solusi untuk menghadapi kendala yang dialami oleh Zhafira Shop dalam menghadapi kendala yang terjadi adalah ketika terjadi promosi negatif dari mulut ke mulut tersebut tidak bisa dihentikan begitu saja. Kiat-kiat yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi dengan sebaik mungkin dan tetap menjaga kejujuran. Dan juga segera mengganti akun ketika akun tersebut tidak mungkin dipakai kembali akibat pembajakan.