

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KONVEKSI BAJU JAWAZ TANJUNGSARI BOYOLANGU DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI DAN LOYALITAS PELANGGAN

Salma Zul Aida*¹, Siswahyudianto²

¹Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

²Dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

Email Corresponding:

Email: salmazulaida09@gmail.com

Abstract.

The increase in sales of Jawaz Convection in Tanjungsari Village was not spared from the well-planned marketing strategy as whole. The main capital of producer in selling goods is how to increase buying interest and build loyalty first. This study aims to identify the strategies that have been implemented by Jawaz Convection in increasing customer purchase intention and loyalty. This type of research is descriptive qualitative. Qualitative approach, because in this study the research collected some in-depth information or data regarding the strategies implemented and implemented by the Jawaz Convection in increasing customer purchase intention and loyalty. Data analysis used in this research is descriptive qualitative analysis. This study also used field research with a deductive model of descriptive method, which was collected from interviews using a structured interview method. Data analysis focused on strategies to increase buying interest and strategies to increase customer loyalty. Based on the results of the study, in increasing sales of the Jawaz Clothing Convection in Tanjungsari Village, two marketing strategies were used, namely, the strategy to increase buying interest consisted of; increase promotions regularly, maintain product quality, product uniqueness and variety. The second is a strategy to increase consumer loyalty consisting of; improve product image, service customer satisfaction, convenience and ease of store access.

Keywords: Marketing Strategy, Customer Loyalty, Purchase Interest

I. PENDAHULUAN

Industri konveksi merupakan salah satu industri yang memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian masyarakat. Industri dibidang retail baju atau pakaian ini banyak diminati oleh masyarakat terutama ibu rumah tangga. Kemudahan dalam akses mencari bahan baku dan keterampilan yang dimiliki membuat mereka memilih usaha dibidang retail. Desa Tanjungsari merupakan desa yang dekat dengan perkotaan, selain dibidang retail desa ini juga memiliki potensi dalam bidang kuliner. Tetapi disamping itu desa ini terkenal akan bidang retailnya, salah satu retail terbesar di des aini adalah Konveksi Baju Jawaz . Konveksi yang terkenal akan produknya yaitu baju koko, mukena, baju muslim dan baju mengaji anak anak. Konveksi ini terkenal akan harga

murah dan kualitas barang yang diberikan. Tak hanya customer dalam desa, nama Jawaz ini juga sudah dikenal beberapa desa di Kabupaten Tulungagung. Berdiri sejak lama, membuat konveksi ini selalu memperhatikan strategi pemasaran yang dilakukan untuk menunjang perkembangan usahanya.

Setiap perusahaan selalu mempunyai tujuan agar usaha yang dibangunnya berkembang sesuai tujuan dan visi misinnya. Berkembangnya suatu usaha tersebut hanya dapat dicapai melalui mempertahankan pelanggan, menguasai pasar serta meningkatkan penjualan setiap bulan bahkan perharinya. Seorang pengusahawan harus memutar otak untuk dapat mengayomi kehidupan usahanya, karyawannya bahkan dirinya sendiri. Tujuan inti ini akan dapat dicapai secara bersamaan jika strategi pemasaran yang dibuatnya matang dan sempurna untuk diterapkan dipasar. Didalam pasar orang pasti akan melakukan transaksi jual beli, dimana transaksi akan terjadi jika kedua belah pihak sama sama mau dan setuju. Maka dari itu sebagai masyarakat milenial kita harus pintar dalam menemukan peluang baru dan menciptakan metode baru dalam pemasaran. Hal ini dilakukan duna untuk menunjang keberhasilan usaha.

Kegiatan pemasaran usaha dapat dikembangkan, yaitu meliputi usaha untuk menciptakan produk berkualitas, merealisasikan produk, merancang produk dan menyampaikan produk kepada masyarakat luas. Seorang pemasar wajib atas pengendalian pemasaran yang dilakukan dilapangan. Pemasaran yang baik dapat memunculkan presepsi baik terhadap usaha dan produk yang disebarakan. Pemasar juga dapat melakukan pemasaran secara online ataupun offline. Tak hanya strategi penjualan, strategi pendekatan dengan customer juga wajib dilakukan untuk mendapatkan perhatian yang baik dari pelanggan dan pada akhirnya customer memilih untuk berlangganan di toko atau produk yang kita jual. Pelanggan yang mengalami kepuasan dari produk dan pelayanan pemasaran yang kita terapkan akan memilih loyal terhadap 1 produsen. Sehingga ini akan mempengaruhi minat beli mereka.

Tingginya minat beli yang pelanggan lakukan, akan berdampak besar bagi tingkat penjualan. Loyalitas dan minat beli ini tercipta dari adanya kepuasan pelanggan, seorang pelanggan akan loyal ketika mempunyai komitmen dalam dirinya untuk melakukan sebuah pembelian ulang suatu produk di satu perusahaan dalam jangka waktu yang lama, walaupun disamping itu banyak pesaing yang menawarkan produk yang sama untuk mereka. Hal ini terjadi dan dilakukan juga oleh Konveksi Baju Jawaz di Desa Tanjungsari, konveksi ini selalu melakukan analisis dalam menggunakan strategi pasar untuk pemasaran semua produknya. Ketelitian dan konsisten ini dilakukan untuk mengurangi kerugian di masa yang akan datang.

Konveksi Baju Jawaz yang mempunyai produk busana muslim ini melakukan strategi dengan cara menganalisa, mengimplementasi dan mengawasi seluruh kegiatan yang bersangkutan dengan berjalanya operasional. Konveksi baju ini juga memperhatikan variable penting dalam hal pemasarannya. Dalam hal harga, promosi,

kualitas produk, tempat pemasaran serta fasilitas dan pelayanan. Bagi konveksi Jawaz pentingnya membangun loyalitas dan minat beli ini sangat penting, karena jika pelanggan semakin royal dan tingkat repeat order semakin meningkat, maka kinerja keuangan perusahaan atau konveksi pun akan semakin meningkat, serta terciptanya keuangan yang sehat diperusahaan.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dekriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan sejumlah informasi atau data secara mendalam pada studi kasus analisis strategi pemasaran Konveksi Baju Jawaz yang berada di Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah informan. Penentuan informan dilakukan setelah memasuki lokasi (*snow ball*). Peneliti memastikan bahwa informan mengetahui peristiwa, informasi serta kejadian yang berkaitan dengan focus penelitian, (Sugiono, 2017).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan tahapan sebagai berikut;

- 1) Wawancara mendalam, dilakukan untuk memperoleh informasi dan mengetahui strategi apa saja yang dilakukan Konveksi Baju Jawaz untuk meningkatkan loyalitas dan minat beli pelanggan. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan terkait.
- 2) Pengamatan (Observasi), dilakukan untuk memperoleh informasi dan mengungkapkan gambaran yang utuh secara sistematis tentang proses pemasaran Konveksi Baju Jawaz.
- 3) Dokumentasi, dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa foto dokumentasi lapangan yaitu tentang operasional sehari-hari Konveksi Baju Jawaz.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data dekriptif kualitatif. Analisis ini difokuskan untuk mengidentifikasi strategi Konveksi Baju Jawaz Desa Tanjungsari. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, (2016) menyatakan bahwa analisis data memiliki 4 alur yaitu:

- 1) pengumpulan data,
- 2) reduksi data,

- 3) penyajian data,
- 4) tahapan verifikasi

Analisis dekriptif kualitatif ini guna untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan Konveksi Baju Jawaz dalam memasarkan produknya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Konveksi Baju Jawaz dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan

1) Meningkatkan Promosi Secara Berkala

Meningkatkan produktifitas promosi merupakan cara Konveksi Jawaz untuk menjangkau pasar lebih luas. Promosi dilakukan dengan menggunakan beberapa media yaitu media *offline* dan *online*. Melalui media *online* konveksi ini menggunakan laman Instagram sebagai media pemasarnya. Akun yang telah dibuat aktif menampilkan postingan berbagai produk yang dijual oleh Konveksi Jawaz. Produk tersebut antara lain, baju koko muslim, sarung, mukena, baju ngaji, dll.

Tak hanya media online, Konveksi jawaz juga menggunakan media *offline* dengan cara, membuat diskon dan promo di *offline* store yang mereka miliki. Salah satu *offline* store yang mereka miliki ada di daerah Serut Boyolangu Tulungagung. Keaktifan mereka dalam meningkatkan promosi ini bermaksud untuk menjangkau pasar atau konsumen lebih cepat, luas dan mudah. Konveksi Jawaz juga memanfaatkan kecanggihan dan teknologi yang semakin berkembang. Mereka harap dengan adanya teknologi dan media social yang semakin besar, dapat memudahkan mereka dalam berkembang pula. Tak hanya itu konveksi ini juga memberikan garansi terhadap produk yang ditawarkan. Dengan adanya pengembangan strategi ini Konveksi Jawaz juga kerap melayani pengiriman dan pemesanan hingga ke luar kota dan jangkauan seluruh Indonesia.

2) Meningkatkan Kualitas Produk

Kualitas dan kuantitas produk kerap dianggap menjadi tolak ukur pertama saat konsumen akan membeli suatu barang. Beberapa konsumen akan lebih memilih dan membeli produk yang berkualitas dan sesuai dengan yang mereka butuhkan. Koveksi Jawaz merupakan salah satu konveksi yang sangat memperhatikan kualitas produk mereka. Bagi mereka pelanggan merupakan asset yang harus mereka jaga, salah satu triknya yaitu selalu melakukan yang terbaik pada kualitas bahan dan jahitan pada produk yang diproduksi.

Owner selalu melakukan *quality control* terhadap barang sebelum dikirim ke pembeli, mulai dari pengadaan bahan, desai, pemotongan bahan, proses jait, sortir produk hingga pengemasan. Dengan adanya kegiatan *quality control* secara berkala ini, owner dari konveksi ini berharap agar konsumen dapat puas dan suka terhadap produk yang mereka beli. Untuk menunjang proses demi proses owner dari Konveksi Baju

Jaawaz kurang lebih telah memperkerjakan 35 orang karyawan setiap harinya. Dengan kategori 15 karyawan jahit rumah dan 20 karyawan langsung di konveksi.

3) Keunikan dan Variasi Produk

Keunikan produk dan variasi produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi pasar. Banyak survey yang mengatakan bahwa orang Indonesia terutama perempuan menyukai hal yang bervariasi dan unik. Suatu produk yang memiliki keunikan dan manfaat lebih akan cepat laku terjual dibandingkan produk yang mempunyai satu variasi dan satu keunikan. Contoh; mukena sholat dengan mukena travelling praktis. Tetapi contoh ini juga tetap melihat kebutuhan konsumen dipasar, jika target dan promosi produk unik ini disampaikan dengan baik dan tepat sasaran maka akan membuahkan hasil yang baik. Hal ini tetap kembali lagi dengan kebutuhan pasar.

Pada umumnya, suatu produk yang dibuat akan mempengaruhi tingkat harga yang akan ditetapkan. Untuk itu seorang owner juga harus cerdas dalam memperbaiki harga. Memperbaiki harga yang dimaksud adalah memperbaiki dengan cara beriringan dengan kualitas yang diberikan. Konsumen akan lebih senang jika kenaikan harga dibarengi dengan lebihnya kualitas yang diberikan. Seperti contoh, konveksi ini memproduksi jilbab yang mempunyai fungsi ganda dengan dua model. Secara psikologis konsumen akan lebih suka produk yang mempunyai fungsi ganda dengan harga sesuai dengan manfaat yang diberikan produk. Di Konveksi Jawaz konsumen dapat menemukan beberapa variasi baju muslim sesuai keinginan konsumen dan melayani custom baju sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya hal ini owner dari Konveksi Baju Jawaz berharap dapat memperoleh hal positif dari citra yang diberikan.

Strategi Pemasaran Konveksi Baju Jawaz dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

1) Meningkatkan Citra Produk

Citra produk sering dikaitkan dengan reputasi dan kepribadian perusahaan serta merk yang dimiliki. Citra dari sebuah perusahaan dan merk akan berdampak langsung terhadap produk yang dijual. Perusahaan dan produk yang mempunyai citra baik di masyarakat dapat menumbuhkan rasa loyalitas konsumen pada merek, hal ini dipengaruhi oleh tingkat keyakinan dan kepuasan terhadap produk yang akan dibeli. Konsumen yang telah percaya dan memiliki loyalitas tinggi terhadap merk dan citranya taakan berfikir jauh jika ingin membelinya atau melakukan *purchase*. Citra ini dapat timbul dari berbagai segi, mulai dari, kualitas, keunikan, pelayanan, harga dan testimoni yang diberikan konsumen. Oleh karena itu citra baik dan buruk yang diciptakan perusahaan mempengaruhi tingkat pemasaran dan penjualan yang akan dilakukan.

Konveksi Jawaz selalu mengutamakan citra perusahaan dan produknya untuk mendapatkan hati konsumen.

2) Mengutamakan Kepuasan Pelanggan

Konsumen akan loyal terhadap suatu produk jika telah mendapatkan kepuasan yang maksimal terhadap produk yang mereka inginkan. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda beda, bila seorang konsumen mempunyai respon yang baik terhadap produk maka dapat dikatakan konsumen puas dengan produk yang telah diciptakan, kepuasan produk juga bukan hanya diukur dari segi produk atau jasa yang ditawarkan tetapi juga dalam hal pelayanan yang diberikan toko kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh besar terhadap loyalitas dan kesetiaan konsumen terhadap toko. Konveksi Baju Jawaz, selalu mengedepankan pelayanan terhadap pelanggan, mulai dari etika dan kesopanan menjadi hal penting dioerhatikan. Hal ini dilakukan guna menjaga loyalitas dan kesetian pelanggan kepada toko atau Konveksi Baju Jawaz sendiri.

3) Kenyamanan dan Kemudahan Akses Toko

Guna mempertahankan loyalitas dan kesetiaan pelanggan, Konveksi Baju Jawaz selalu memperhatikan bagaimana pelanggan mereka mendapatkan kemudahan dan kenyamanan akses. Untuk itu konveksi ini membuat toko offline yang berada di desa Serut, dengan harap toko ini dapat membantu mereka yang berada disekitar kota mudah dalam mendapatkan produk koko yang mereka inginkan. Toko yang berada di daerah perkotaan akan memudahkan mereka mendapatkan pelanggan baru yang lebih banyak.

Dalam situasi yang penuh anak tekanan sebuah perusahaan atau organisasi dituntut lebih untuk dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan akses. Toko yang didirikan konveksi ini pun memiliki akses di tengah kota sehingga pelanggan mudah menemukan dan menjangkaunya. Toko ini pun dibuat nyaman mungkin agar para pelanggan nyaman berlama lama didalamnya sehingga dapat memberikan kesan positif terhadap citra perusahaan. Toko dua lantai ini dilengkapi dengan AC dan tempat parkir yang luas serta tambahan kamar mandi. Dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik owner Konveksi Jawaz berharap dapat memberikan yang terbaik bagi pelanggan dan menjaga kesetiaan terhadap produknya.

IV. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran Konveksi Baju Jawaz di Desa Tanjungsari dalam meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis dan pengidentifikasian, penelitian ini memiliki kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Strategi pemasaran Konveksi Baju Jawaz dalam meningkatkan minat beli pelanggan yaitu dengan cara meningkatkan promosi secara berkala diberbagai

media *online* dan *offline*, meningkatkan kualitas produk yang menjadi tolak ukur pertama seorang pelanggan. Peningkatan kualitas ini dilakukan dengan *quality control* secara berkala dan diimbangi dengan kenaikan harga yang sesuai. Dan untuk menjaga minat beli konveksi menawarkan garansi resmi terhadap komplain product yang reject. Serta memberikan keunikan dan variasi produk, untuk memikat hati konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

- 2) Strategi pemasaran Konveksi Baju Jawaz dalam meningkatkan loyalitas dengan cara, meningkatkan citra perusahaan, karena sebuah perusahaan yang memiliki citra positif akan mudah merebut hati konsumen. Meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, agar pelanggan loyal terhadap perusahaan sehingga timbulah rasa kesetiaan. Mewujudkan rasa kenyamanan dan kemudahan terhadap akses produk yang ditawarkan, melalui *offline store* ataupun kemudahan belanja dari rumah. Serta kenyamanan dari fasilitas yang diberikan, seperti tempat parkir yang mencukupi, kamar mandi serta ruangan ber AC.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis berterimakasih kepada Konveksi Baju Jawaz Tanjungsari beserta owner dan karyawan yang telah mendukung penelitian ini, sehingga dapat berjalan lancar dan sukses. Kami juga berterimakasih kepada Ibu Haryati selaku pemilik usaha Konveksi Baju Jawaz di desa Tanjungsari yang telah memberikan izin, support serta masukan terhadap penelitian ini. Serta atas nasihat nasihat yang telah disampaikan untuk kebaikan penelitian ini kedepannya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan bahan acuan atau motivasi bagi para pemilik usaha konveksi diluar sana.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali Hasan, 2008, *Manajemen Pemesaran dan Marketing*, Bandung, Alfabeta.
- [2] Alwi Hasan, 2003, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. III*, Jakarta, Balai Pustaka.
- [3] Assauri Sofian, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Press.
- [4] Kotler Philipp, Keller dan Kevin L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- [5] Milles, B. Matthew, Hubberman dan A. Michael, 2016, *Qualitative Data Analysis, A Sourcebook of New Methods*, California, Sage Publication Inc.
- [6] Nulufi K. dan Murwatiningih, 2015. *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*, Semarang, Universitas Negeri Semarang, *Management Analysis Journal*, 4(2), hal. 129-141.
- [7] Nurahmi, Handayani, 2012, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendiidkan Ekonomi*, Pekanbaru, Suska Press.

- [8] Rizky M.F dan Yasin H., 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim.*, Medan. Jurnal Manajemen & Bisnis, 14 (02).
- [9] Schiffman L., dan Kanuk L.L., 2004, *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Indeks.
- [10] Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.