BAB IV
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Butik Alam Bening

Strategi Pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.[78] Dalam kegiatan usahanya Butik Alam Bening menerapkan 2 strategi yaitu strategi *Concentrated Marketing,* dan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*).

1. Strategi *Concentrated Marketing*

   Butik Alam Bening dalam kegiatan usahanya menggunakan jenis strategi *concentrated marketing.* Butik Alam Bening mengkhususkan produknya dalam beberapa segmen pasar, terutama untuk masyarakat Islam yaitu perempuan muslimah. *Concentrated marketing* dianggap lebih menguntungkan dalam kegiatan pemasarannya, karena memiliki target pasar yang jelas. Dengan fokus pada salah satu segmen Butik Alam Bening bisa memberikan produk terbaik kepada konsumen mereka. Perempuan muslimah khususnya ibu-ibu dalam hal ini lebih memilih toko yang menjual produk yang jelas ada, dari pada harus memilih toko

---

[78] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta:Andi Offset,2012, hal 193.

yang belum tentu menjual busana wanita yang beranekaragam. Segmen pasar yang jelas tentunya produk yang dijual pada Butik lebih variatif dan banyak. Pemasaran pada salah satu segmen dapat menghemat biaya, biaya distribusi maupun promosi. Produk yang dijual Butik Alam Bening lebih memfokuskan kepada perempuan muslimah, sesuai dengan tujuan dari Butik Alam Bening yaitu membentuk ibu-ibu modis, cantik dan berpenampilan menarik namun tetap sesuai syari'at agama..[79]

Dalam usahanya Butik Alam Bening ingin memperkenalkan hijab-hijab yang kadang orang jarang pakai misalnya syar'i hijab dengan pashmina. Produk yang dijual lebih menekankan kepada busana muslim yang simpel tetapi terlihat elegan dan tidak pasaran. Segmentasi pasarnya lebih ditujukan untuk perempuan muslimah kelas sosial menengah ke atas, karena rata-rata pembeli Butik sudah memiliki penghasilan sendiri. Di daerah sekitar Butik banyak perempuan muslim yang sedang dalam usia matang. Rata-rata perempuan muslim disana sudah berkeluarga dan sebagian dari mereka bekerja. Namun tidak banyak dari perempuan di daerah tempat Butik yang suka memakai busana muslim, dengan alasan memakai busana muslim sangat tidak menarik.

---

[79] Wawancara dengan Ibu Indanawati pemilik Butik Alam Bening, tanggal 22 april 2017

Butik Alam Bening ingin mengubah pemikiran masyarakat sekitar bahwa dengan busana muslim masih bisa terlihat cantik, modis dan menarik. Busana muslim yang dijual terdiri dari bermacam-macam produk yang tidak terlalu ribet, sehingga nyaman dipakai untuk berbagai acara maupun kehidupan sehari-hari.

Butik Alam Bening dalam strategi bersaing menggunakan strategi *diferensiasi*. Butik Alam Bening lebih menekankan pada keunikan, ciri khas dan pembeda pada barang yang diproduksi dan dijual. Butik Alam Bening lebih memprioritaskan pada kualitas dan kepuasan pelanggan sebagai faktor utama dalam mencapai tujuannya. Pada awalnya menjual produk yang diambil dari produksi jakarta seperti busana muslim dengan merek Hawaiwa dan Nelly, dan kini mulai memproduksi sendiri dengan merek Butik Bening, tentunya dengan ciri khas dan keunikan sendiri. Pada awalnya Butik Alam Bening hanya menjual jilbab dan gamis setelah itu Butik Alam Bening menambah produk yang dijual yaitu menjual khimar, dress muslim, atasan, mukena, blazer, baju koko, blus wanita, sepatu, tas dan aksesoris lainnya. Produk yan dijual dengan berbagai design, ukuran dan warna yang variatif tentunya. Sejalan dengan mengedepankan unsur Syar'i, Butik Alam Bening juga menampilkan busana muslim dengan gaya *fashion* yang *trendy, stylish*, dan kekinian

sehingga membuat para pelanggan nyaman dalam membeli dan mempunyai nilai lebih dimata pelanggan. Selain memproduksi busana muslim, Butik Alam Bening juga memproduksi beberapa aksesoris yaitu seperti *bross*, gelang, dan aksesoris penunjang lainnya. Butik Alam Bening juga mengadakan pelatihan kepada para pelanggan mengenai bagaimana cara berbusana muslim yang *trendy,* selain itu juga aktif dalam kegiatan sponsorship pada acara tertentu. Sebelum lebih menekankan pada unsur Syar'i, Butik Alam Bening lebih menekankan pada unsur modis pada masyarakat umum, namun seiring dalam berjalannya waktu Butik Alam Bening lebih menekankan pada kebarokahan dalam menjalankan usahanya.

Agar dapat menjalankan *diferensiasi* dengan baik Butik Alam Bening harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a. Menguntungkan Butik

   Butik Alam Bening memproduksi hasil busana muslimnya dalam berbagai design dan ukuran, yang tentunya berbeda dengan busana muslim lainnya. Busana muslim dengan design yang unik dan harga yang bersahabat menjadikan pelanggan puas. Dengan kualitas barang yang bagus dan dari segi harga menerapkan harga yang standar.

b. Penting bagi konsumen

Selain berbisnis Butik Alam Bening juga aktif dalam pelatihan berbusana muslim bagi pemula, agar lebih memberikan rasa puas kepada pelanggan. Pemilik juga aktif dalam melayani pelanggan sehingga memberikan rasa percaya kepada produk yang ditawarkan.

c. Dapat dikomunikasikan

Perbedaan yang ditonjolkan dapat dikomunikasikan oleh Butik Alam Bening dengan melalui, promosi, iklan, sampai dengan designnya. Dengan media online Butik Alam Bening dapat mempromosikan produknya selain itu juga aktif dalam *sponsorship* untuk menarik minat pelanggan.

d. Tidak mudah ditiru

Produksi Butik Alam Bening menekankan pada keunikan modelnya dan kualitas produknya sehingga tidak mudah ditiru. Produk yang diproduksi dan yang ada pada Butik Alam Bening memiliki ciri khas dibandingakn dengan Butik lain, dari segi design pakaiannya menampilkan design yang simpel tetapi terlihat elegan dan mewah.

2. Bauran Pemasaran

Strategi yang dikenal dalam manajemen pemasaran adalah strategi bauran pemasaran atau *marketing mix*. Dalam kegiatan pemasarannya Butik Alam Bening untuk melayani

konsumennya dengan menggunakan *Marketing Mix* yang terdiri dari 4P yaitu sebagai berikut :

a. *Product*

Dengan mengedepankan kualitas barang yang dijual, Butik Alam Bening mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen dan masyarakat, selain itu menitikberatkan pada kepuasan konsumen. Barang yang diperjual belikan memiliki kualitas yang baik dan lain dari pada Butik yang lain. Keunikan dan ciri khas lebih ditonjolkan dalam penjualan produknya.

Kualitas produk yang diperjualbelikan tidak kalah dengan yang ada di pusat kota. Butik Alam Bening bisa menjamin kualitas barang yang diperjualbelikan. Kualitas produknya memiliki keistimewaan sendiri, seperti merek berkualitas, design yang modern dan produk yang ada lain dari pada yang lain.

Pemilik Butik Alam Bening juga selalu meneliti sendiri apakah produk yang akan dipasarkan memiliki kualitas yang baik atau tidak, apabila kualitas produk yang ingin dipasarkan tidak sesuai, maka tidak akan mengambil dan juga memproduksi hasil design sendiri tentunya dengan kualitas produk yang bagus. Butik Alam Bening menjual barang yang benar-benar baik dan

memiliki kualitas yang tinggi. Tidak sembarangan mengenai produk apa yang akan disuguhkan.

Butik Alam Bening menciptakan dan menjual produk yang Syar'i tidak memperlihatkan bentuk tubuh. Dalam pemasarannya lebih menekankan pada kebrokahan terhadap usaha yang dimiliki.

b. *Price*

Berdasarkan penelitian, harga yang ditetapkan pada Butik Alam Bening Butik Alam Bening dalam mengambil harga tidak terpengaruh dengan Butik lain, dalam hal ini mematok harga sendiri agar tidak merugikan dan membuat pelanggan kecewa. Barang yang di jualbelikan Butik Alam Bening memiliki kualitas barang yang bagus dengan harga yang standar. Dalam mengambil harga tentunya Butik Alam Bening tidak sembarangan. Pemilik toko mempertimbangkan matang-matang mengenai harga yang akan ditetapkan. Butik berani mempertanggungjawabkan harga yang sudah ditetapkan sejak awal, dengan harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah namun dengan kualitas barang yang bagus. Tidak ada unsur paksaan apakah pembeli harus membeli produknya. Harus dengan unsur rela sama rela tidak ada pihak yang merasa terpaksa. Hal ini disebutkan dalam Al-Quran:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم
بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا
تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu,Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS.An-Nisa4:29).

Dalam penetapan harga digunakan ketetapan harga yang adil dan wajar. Tidak merugikan salah satu pihak dan tanpa ada unsur paksaan. Semua harga terkait dengan faktor produksi maupun produk barang itu sendiri bersumber pada mekanisme pasar.[80]

Penentuan harga yang ada pada Butik Alam Bening dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai, tujuan penentuan oleh Butik Alam Bening adalah sebagai berikut:

1) Untuk bertahan hidup, tujuan Butik Alam Bening menentukan harga yang standar namun kualitas

[80] Jusmaliani, Bisnis Berbasis Syariah,Jakarta:Bumi Aksara,hlm 56

produk yang baik diharapkan produknya bisa laku dipasaran.

2) Untuk memaksimalkan harga, diharapkan dengan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan dengan perputaran barang yang relatif lebih cepat.
3) Untuk memperbesar *marketshare*, dengan harga yang standar dan kualitas produk yang lebih bagus diharapkan pelanggan bersaing beralih ke produk yang di tawarkan Butik Alam Bening.
4) Mutu produk, dengan kualitas produk yang baik namun harga yang ditetapkan standar tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah..
5)

Daftar harga yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1

Daftar harga pada Butik Alam Bening

No	Jenis barang	Harga
1	Jilbab All Size	55.000-240.000
2	Gamis	130.000-900.000
3	Baju Koko	145.000-250.000
4	Blus Wanita	85.000-300.000
5	Blazer	125.000-300.000
6	Mukena	160.000-400.000
7	Inner/ciput	12.000-45.000

Sumber : Data sekunder

c. *Promotion*

Empat macam promosi yang digunakan Butik Alam Bening dalam mempromosikan produknya yaitu:

1) Periklanan, Untuk kegiatan periklananya melalui plang yang diletakkan di perempatan jalan arah menuju Butik Alam Bening.
2) Promosi, untuk menarik minat pelanggan dalam 1 bulan ada 2 kali diskon barang. Diskon barang tersebut terjadi di hari jum'at, sabtu, minggu. Diskon 10% sampai 20%. Setiap pembelian di atas Rp.300.000,00 mendapatkan gelas cantik dari Butik Alam Bening.
3) Publisitas, Butik Alam Bening pembuatan berita pada surat kabar dan melalui media sosial. Instagram dapat dilihat pada akun @ramadhanaurora , Facebook dengan nama akun Iin Aurora dan Butik Alam Bening juga aktif dalam kegiatan sponsorship, menyeponsori acara tertentu agar dapat lebih dikenal masyarakat luas.
4) Penjualan pribadi, Toko Butik Alam Bening melakukan promosi door to door. Melalui teman-teman dari mulut ke mulut.

d. *Place*

Toko Butik Alam Bening memilih lokasi di sekitar tempat tinggal warga dengan target pasar adalah

penduduk sekitar dan juga luar daerah. Dalam kegiatan usahanya Butik Alam Bening mengutamakan kepuasan pelanggan yang ditunjang dengan tempat yang nyaman, bersih, aman. Untuk kenyamanan pelanggan juga disediakan fasilitas parkir yang tidak terlalu luas namun cukup untuk pelanggan. Untuk kemudahan pelanggan disediakan fasilitas pesan antar dimana konsumen bisa pesan melalui media sosial dan kemudian akan dikirimkan ke tempat tujuan.

B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Butik Alam Bening di Kecamatan Limpung Kabupaten Batang

Dalam kegiatan usaha yang dilakukan, tentunya ada faktor yang mendukung berlangsungnya sebuah usaha dan faktor penghambat. Demikian juga pada Butik Alam Bening, memiliki kendala dan pendukung dalam kegiatan usaha serta persaingan bisnisnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis dua faktor yaitu faktor penghambat dan faktor pendukung menggunakan analisis SWOT. Analisis yang didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan dan peluang, dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Pengambilan strategi ini berkaitan dengan pengembangan visi dan misi perusahaan.

1. Faktor Penghambat

Dalam kegiatan pemasarannya, terdapat beberapa faktor yang menghambat usaha yang dilakukan, antara lain:

a. Letak kurang strategis.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang maupun dapat menghambat suatu usaha, salah satu faktor yang menghambat Butik Alam Bening untuk berkembang adalah letaknya yang kurang strategis yaitu di desa jauh dari pusat kota sehingga tidak banyak orang yang mengenal tempat ini. Sarana transportasi yang kurang memadai juga menyulitkan pelanggan untuk mendatangi tempat ini. Lokasi hanya bisa dijangkau dengan menggunakan kendaraan pribadi.

b. Kekurangan karyawan

Karyawan yang sedikit membuat Butik Alam Bening kerepotan dalam melayani konsumen, terlebih saat salah satu dari karyawan tidak dapat bekerja. Salah satu cara yang dilakukan untuk mengatasi hal ini yaitu dengan memperkerjakan orang lain untuk membantu kegiatan usaha dengan gaji selayaknya karyawan yang sudah tetap.

c. Keterlambatan Barang yang akan datang

Barang yang datang tidak sesuai dengan jadwalnya, mundur dari jadwal yang sudah disepakati. Selain itu, paket barang yang akan dijual harus diambil sendiri di pekalongan

tidak sampai langsung ke tempat Butik. Keterlambatan barang bisa berpengaruh kepada konsumen, konsumen yang sudah ingin melihat dan membeli barang menjadi kecewa dan otomatis dari konsumen yang sudah ada tersebut menjadi membeli di Butik lain.

2. Faktor Pendukung

Butik Alam Bening harus bisa mengamati kebutuhan dan keinginan dari masayarakat. Dengan kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan masyarakat, konsumen menjadi puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan. Pemilik menjalin komunikasi dan relasi yang baik dengan para konsumen dan berani mengambil resiko dari produk yang dijual. Faktor Pendukung dari Butik Alam Bening meliputi :

a. Dukungan dari masyarakat sekitar

Letak Butik Alam Bening yang berdekatan dengan pemukiman warga, membuat warga masayarakat menjadi mudah dalam berbelanja pakaian, apalagi masyarakat yang sudah biasa membeli pakaian. Sejalan dengan berkembangnya usaha ini, memberikan keuntungan kepada warga sekitar. Banyaknya pembeli dari luar daerah menjadikan desa yang awalnya tidak terkenal menjadi terkenal.

b. Manajemen yang baik

Dengan adanya manajemen dan penanganan yang baik dalam kegiatan pemasarannya, Butik Alam Bening mengalami kemajuan dan perubahan yang besar. Ibu Indanawati selaku pemilik toko memiliki perencanaan yang baik mengenai bagaimana agar Butik yang dikelola bisa bersaing dan mengalami perkembangan. Ibu Indanawati turun langsung di toko untuk melihat karyawannya bekerja. Sehingga semua kegiatan pemasaran Butik berlangsung dengan baik. Sebagai pemilik sekaligus manager Butik Ibu Indanawati mampu menyusun rencana kegiatan-kegiatan yang strategis, praktis atau operasional dan terprogram.

c. Karyawan yang jujur

Dalam Butik Alam Bening kejujuran dari karyawan dan pemilik toko berlangsung sangat baik. Semua yang bekerja sudah seperti keluarga, apabila ada masalah yang menyangkut toko tidak ditutupi dan langsung dibicarakan. Komunikasi yang baik antar karyawan menjadikan karyawan yang bekerja, jujur dalam kegiatan usahanya. Apabila ada salah satu karyawan yang tidak bekerja, karyawan yang lain mampu menggantikan posisi karyawan yang absen dengan ikhlas.

d. Pelayanan yang baik

Butik Alam Bening selalu memberikan pelayanan yang sangat baik untuk setiap pelanggannya. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanannya maka mereka akan selalu kembali untuk belanja di Butik Alam Bening.

Butik Alam Bening tidak membeda-bedakan dalam sebuah pelayanan. Belanja banyak atau sedikit, pelanggan baru maupun pelanggan lama Butik Alam Bening akan memperlakukannya sama. Butik Alam Bening juga menerapkan prinsip ketika pelanggan masuk dalam Butik berarti pelanggan keluar dengan membawa sesuatu dari Butik. Setiap pelanggan yang masuk Butik pasti karyawan akan memperlakukan sedemikian rupa agar pelanggan tersebut merasa benar-benar puas dan nyaman.

Butik Alam Bening lebih mengutamakan kepuasan pelanggan. Pada kegiatan pemasarannya, karyawan toko memasarkan produk kepada pelanggan dengan ramah, sopan dan santun sehingga konsumen yang membeli puas. Ketika konsumen puas maka pelanggan yang akan membeli merasa nyaman dan aman dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Sangat sedikit pelanggan Butik Alam Bening yang memberi

tanggapan buruk terhadap pelayanan yang diberikan. Kebanyakan pelanggan dari Butik Alam Bening mengaku puas terhadap pelayanan yang ada.