

BAB III

METODE PENELITIAN

A. LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian disini sangat berperan dalam melancarkan usaha peneliti untuk memperoleh informasi tentang permasalahan yang perlu dikaji. Penelitian ini dilaksanakan di Butik Earth Fashion tepatnya di Jl. Argowilis no. 427 Semen-Kediri.

B. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Dimana data yang dikumpulkan dengan pendekatan ini berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data tersebut bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.¹

Dalam buku Arikunto yang berjudul “prosedur penelitian suatu pendekatan praktek” menjelaskan bahwa jika penelitian yang mengumpulkan data dan penafsiran hasilnya tidak menggunakan angka, maka penelitian tersebut dinamakan penelitian kualitatif. Akan tetapi, bukan berarti bahwa

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 4

dalam penelitian kualitatif tidak diperbolehkan menggunakan angka. Dalam hal ini bisa menggunakan angka seperti menggambarkan kondisi suatu keluarga (menyebutkan jumlah keluarga, menyebutkan biaya belanja sehari-hari, dan sebagainya) tentu saja diperbolehkan menggunakan angka. Yang tidak diperbolehkan ialah menggunakan angka dalam hal ini, yaitu jika dalam pengumpulan dan penafsiran datanya menggunakan rumus-rumus statistik.² Sesuai dengan fokus penelitian, maka penelitian saya menggunakan pendekatan kualitatif. Karena kegiatan inti dalam penelitian ini yaitu ingin mengetahui strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan di Butik Earth Fashion Halal Kediri dalam perspektif Marketing Syariah.

Dari jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu metode penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, berlangsung pada saat ini ataupun yang lampau.³ Penggunaan jenis penelitian diskriptif ini karena penelitian ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman penelitian berdasarkan pengalaman, kemudian dikembangkan untuk memperoleh suatu kebenaran dalam bentuk dukungan data empiris dan penelitian ini berusaha mempelajari ilmu dalam prakteknya. Penelitian ini berfokus pada strategi bisnis yang digunakan di Butik Fashion Halal Kediri dalam perspektif marketing syariah.

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Kualitatif Pendekatan Suatu Praktek*, (Jakarta: Renika Cipta, 2013), 45.

³ *Ibid.*, 54.

C. KEHADIRAN PENELITI

Sesuai dengan penelitian kualitatif yang digunakan peneliti disini, kehadiran peneliti disini sangatlah penting dan diperlukan karena peneliti sebagai peranan utama. Dengan demikian, maka peneliti akan mendapatkan data yang valid untuk dijadikan objek penelitian. Disini, peneliti adalah partisipan utama, yang merupakan perencanaan, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pada akhirnya menjadi pelopor hasil penelitian. Dan kehadiran peneliti di lokasi sebagai pengamat penuh penelitiannya. Disamping itu juga, sebagai tolak ukur keberhasilan untuk mamahami kasus yang diteliti, keterlibatan peneliti secara langsung dan aktif dengan informasi atau sumber data lainya disini sangat amat diperlukan. Beberapa partisipan yang ada di Butik Earth Fashion baik dari pihak internal maupun pihak eksternal akan dijadikan sumber informan sebagai sarana dalam memperoleh kelengkapan data penelitian.

D. SUMBER DATA

Adapun sumber data dalam penelitian adalah informasi yang memberikan gambaran utama tentang ada dan tidaknya masalah yang diteliti.⁴ Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data yang diperoleh langsung dan sumber utama informasi dengan cara peneliti datang langsung ke lokasi penelitian di Butik Earth Fashion Kediri tepatnya di Jl. Argowilis no. 427 Semen-Kediri. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini sebagian besar informasi yang relevan, terkait dengan masalah yang diteliti yaitu

⁴ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian*, 17.

strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan di Butik Earth Fashion Halal Kediri. Kedatangan peneliti di lokasi untuk melakukan wawancara dan mencatat hasil penelitian supaya peneliti mengetahui secara jelas dan terperinci mengenai hal yang diamati dari sumber data yang ditelitinya. Didalam penelitian ini yaitu subjek dari mana data diperoleh, dalam hal tersebut yang digunakan sumber data adalah pemilik bisnis usaha fashion. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya.⁵ Adapun yang menjadi sumber data primer dari penelitian ini adalah semua karyawan yang bekerja di Butik Earth Fashion Kediri beserta pemilik butik.
- b. Sumber data sekunder, yaitu data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.⁶ Sumber data sekunder dari penelitian ini diambil dari kajian pustaka yang relevan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini seperti buku-buku, data dari internet, maupun data dari pemilik usaha untuk mendukung penyelesaian penulisan tulisan ini.

E. METODE PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam melakukan suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

⁵ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1987), halaman 93

⁶ *Ibid.*, 94.

untuk mendapatkan sebuah data.⁷ Metode pengumpulan data merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sebuah penelitian, karena metode ini untuk mendapatkan data yang diperlukan. Keberhasilan peneliti sebagian tergantung pada tehnik-tehnik pengumpulan data yang digunakan, oleh karena itu peneliti ini menggunakan tehnik pengumpulan data antara lain :

a. Metode wawancara atau interview

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Tehnik wawancara adalah suatu kombinasi verbal atau percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan sebuah pikiran serta perasaan yang tepat atau proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung lisan, dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan.⁸

b. Metode observasi atau pengamatan

Menurut Nasution Dalam Sugiono, observasi adalah dasar dari sebuah pengetahuan.⁹ Selain itu Nana Syaodih juga menjelaskan bahwa metode observasi atau pengamatan adalah suatu tehnik atau tata cara mengumpulkan data dengan jalan diadakannya pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang strategi bisnis yang dilakukan oleh Butik Earth Fashion Kediri

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methodes)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 308

⁸ Cholid Narbuko dan Abu Ahmad, *Merologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 83.

⁹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 64.

c. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani yaitu benda-benda tertulis, buku-buku, majalah, catatan harian dan dokumen yang berhubungan dengan data yang diperlukan.¹⁰

Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Studi dokumentasi merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹¹

F. ANALISIS DATA

Pada penelitian kualitatif, analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasi data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.¹² Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia yang berasal dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil wawancara dan observasi dituliskan dalam catatan lapangan. Setelah dibaca dan ditelaah, kemudian mereduksi data dengan jalan membuat abstraksi yang merupakan usaha membuat rangkuman inti dari tulisan tersebut.

¹⁰ Suharsini Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (Jakarta; Rieneka Cipta, 2019)

¹¹ Lexy, J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2006), 248.

¹² Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 89.

Tujuan data analisis kualitatif yaitu agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian, prinsip pokok tehnik analisis data kualitatif ialah mengelola dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna.¹³

Dan penelitian kualitatif disini ialah upaya mencari data dan menata catatan hasil observasi dan wawancara serta menjabarkan data yang lainnya, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang permasalahan dan tema yang diteliti serta menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. Dan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan mencari makna supaya mendapat titik terang permasalahan. Aktifitas dalam analisis data yaitu, data *reduction*, data *display* dan data *conclusion verification*.¹⁴

a. Reduksi Data

Dalam pengumpulan data kualitatif, penelitian menggunakan berbagai macam teknik dan berlangsung secara berulang-ulang sehingga diperoleh data sangat banyak dan kompleks. Mengingat data yang diperoleh di lapangan masih sangat kompleks, masih kasar dan belum sistematis, maka peneliti dirasa perlu melakukan analisis lebih lanjut dengan cara reduksi data. Reduksi data berarti membuat rangkuman, memilih tema, membuat kategori dan pola tertentu sehingga memiliki makna, reduksi data merupakan bentuk analisis untuk mempertajam,

¹³ Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *Terampil Mengelola Data Kualitatif NVIVO* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 47.

¹⁴ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011).

memilih, memfokuskan, menyusun data ke arah pengambilan kesimpulan.¹⁵

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah melakukan reduksi data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk ikhtisar, bagan, hubungan antar kategori, pola dan lain-lain sehingga mudah dipahami pembaca. Data yang telah tersusun secara sistematis akan memudahkan pembaca memahami konsep, kategori serta hubungan dan perbedaan masing-masing pola atau kategori.¹⁶

c. Mengambil kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah mendapatkan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya belum jelas dapat berupa hubungan kausal atau interaksi hipotesis atau teori. Intinya kesimpulan senantiasa harus diverifikasikan selama penelitian berlangsung.¹⁷

Penulis merumuskan analisis data dalam dua tahapan, yaitu analisis selama pengumpulan data dan analisis setelah pengumpulan data. Adapun penjelasan mengenai kedua tahapan tersebut sebagai berikut :

¹⁵ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011). Hlm 123.

¹⁶ Ibid., 124.

¹⁷ Ibid., 240-244.

a. Analisis sebelum pengumpulan data

Dalam tahap ini peneliti berada dilapangan guna mengumpulkan data dari berbagai sumber. Peneliti menetapkan beberapa hal yang memudahkan dalam mengumpulkan data, diantaranya adalah:

- 1) Mencatat informasi pokok
- 2) Mengarahkan pertanyaan pada fokus penelitian
- 3) Mengembangkan pertanyaan-pertanyaan.

b. Analisis setelah pengumpulan data

Data penelitian yang telah terkumpul dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, masih berupa data yang belum tersusun secara sistematis. Oleh karena itu, dalam tahapan ini analisis akan dilakukan dengan cara mengatur, mengurutkan data kedalam suatu pola, dan kategori sehingga dapat sesuai uraian secara jelas, terperinci, dan sistematis.

G. PENGECEKAN KEABSAHAN DATA

- a. Perpanjang waktu keikutsertaan peneliti, yaitu agar hasil dari peneliti benar-benar sesuai dengan yang diharapkan, maka peneliti menggunakan perpanjang waktu dari waktu ke waktu yang sudah di tentukan.
- b. Ketekunan pengamatan dan kedalaman observasi, dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari kemudian, memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara terperinci.
- c. Triagulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan berbagai sumber data yang lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai

banding data hasil pengamatan, hasil wawancara dan hasil dari data maupun dokumen yang berkaitan.

H. TAHAP PENELITIAN

Ada beberapa tahap dalam penelitian ini , yaitu:

a. Tahap pra lapangan

Meliputi kegiatan menyusun proposal penelitian, kembali ke fokus penelitian, menghubungi lokasi terkait penelitian, mengurus perizinan penelitian kepada dosen pembimbing, dan seminar proposal penelitian.

b. Tahap pelaksanaan penelitian

Melakukan pengamatan ke pemilik bisnis usaha Earth Fashion Kediri, objek yang diamati peneliti ialah strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan, mengumpulkan data atau informasi yang terkait dengan fokus penelitian dan pencatatan data.

c. Tahap terakhir

- 1) Setelah data terkumpul, peneliti memilih data yang diperlukan untuk dianalisis dan dideskripsikan agar didapatkan pemahaman dan hasil penelitian yang utuh tentang strategi bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan di Butik Earth Fashion Kediri perspektif marketing syariah.
- 2) Menyusun laporan hasil penelitian dalam bentuk tulisan sesuai dengan yang ditetapkan oleh pihak fakultas.

BAB IV

PAPARAN DAN PENEMUAN PENELITIAN

A. PAPARAN DATA

Paparan data pada bab ini akan menjelaskan tentang data-data yang berhubungan langsung dengan fokus penelitian setelah dilakukan penelitian kepada sumber-sumber data yang berhubungan mengenai Strategi Bisnis Fashion Halal dalam meningkatkan penjualan perspektif *Marketing Syariah*, maka penulis akan memaparkan data dari hasil wawancara.

1. Gambaran umum tentang Butik Earth Fashion Kecamatan Semen Kabupaten Kediri

a. Sejarah Singkat Butik Earth Fashion Kediri

Butik Earth Fashion merupakan butik yang menjual berbagai macam fashion sesuai kebutuhan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Berbagai jenis mode busana trend masa kini mulai dari gamis, outfit, baju busana muslim dan baju koko, serta juga menyediakan berbagai model hijab trend masa kini. Selain itu, Butik Earth Fashion juga menyediakan berbagai *accessories* pendukung outfit hijaber, seperti tas wanita, dan *skin care*. Butik Earth Fashion ini adalah salah satu bisnis usaha yang bergerak dibidang *halal fashion* di Kabupaten Kediri, mengenai lokasi butik Earth Fashion ini terletak di Jl. Argowilis no. 427 Semen-Kediri mengambil dari arah terminal baru tamanan kota Kediri lurus ke arah wisata Goa Maria (Pohsarang).

Butik ini berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh pemiliknya yaitu Muhammad Firma Afriza dan adiknya Irkhas Ziana Risqi Afriza, yang dulunya berdiri di Kota Surabaya pada tahun 2015 hingga 2016, Setelah itu pindah di Kota Kediri pada tahun 2016 hingga saat ini dan dikelola oleh adiknya, Irkhas Ziana Risqi Afriza.¹⁸ Butik ini menjadi sorotan bagi pebisnis lain yang bergerak dalam bidang yang sama, bisnis *halal fashion* yang terdapat pada satu wilayah selalu memiliki perencanaan strategi yang berbeda-beda, seperti halnya butik Earth Fashion ini yang selalu unggul dalam hal memikat konsumen disbanding bisnis usaha *halal fashion* lainnya yang berada di sekitar lokasi.

Pada saat butik ini berdiri di Surabaya, modal awal yang digunakan untuk mendirikan butik ini adalah kurang lebih kisaran 80 juta, pertama dibuka di Surabaya, butik ini menjadi tangan ke dua untuk penjualan baju *export import* dari luar negeri yang dikirim dan disortir disuplier Bogor. Setelah butik ini pindah di Kediri, modal awal yang digunakan untuk membangun butik ini di Kediri yaitu kisaran 65 juta dengan Luas 6x11 meter persegi. Setelah butik ini pindah di Kediri, butik ini masih melanjutkan sisa baju *eksport import* hingga stock habis digudang. Setelah stock digudang habis, Butik ini lalu

¹⁸ Wawancara dengan pemilik Butik Earth Fashion Kediri pada tanggal 28 Agustus 2020

menjual baju lokal, seperti busana muslim, baju koko, dan lain-lain hingga sekarang ini.¹⁹

b. LOGO EARTH FASHION

Gambar 4.1²⁰



Lingkaran bulat yang melambangkan bentuk bumi atau dunia yang berarti memiliki berbagai macam bentuk segala sesuatu yang ada didalamnya. Dengan menampilkan karakter model busana ditengah lingkaran yang melambangkan trend busana modern. Gabungan lingkaran beserta model busana tersebut melambangkan bentuk dunia yang didalamnya memiliki berbagai macam bentuk busana-busana modern. Earth Fashion yang berarti dunia fashion ingin menampilkan *imaginya* sebagai butik yang menyediakan berbagai kebutuhan fashion yang sedang trend dimasa kini.²¹

¹⁹ Wawancara dengan pemilik Butik Earth Fashion Kediri pada tanggal 28 Agustus 2020

²⁰ Dokumentasi Butik Earth Fashion Kediri.

²¹ Wawancara dengan pemilik Butik Earth Fashion Kediri pada tanggal 03 September 2020

c. Produk Butik Earth Fashion

Tabel 4.1
Daftar Harga Produk yang tersedia di Butik Earth Fashion Kediri²²

No.	Jenis Produk	Nama Produk	Kode	Harga
1.	Gamis Dewasa	a. NIBRAS	NB A40	Rp. 218.000
		b. NSS	NNS 002	Rp. 188.000
		c. MUZANI	MZ 04	Rp. 230.000
		d. HAITWO	GM 91	Rp. 395.000
		e. ENDOMODA	SB-88 BW	Rp. 275.000
		f. ALNITA	AG 36	Rp. 195.000
		g. RAHNEM	GM 22	Rp. 196.500
		h. RAUNA	RK 96	Rp. 198.500
		i. FOREST	GM 062	Rp. 365.000
		j. SAMARA		Rp. 280.000
2.	Gamis Anak	a. JASMINE	-	Rp. 95.000
		b. ALNITA	AKS 14	Rp. 165.000
		c. ALNITA	AKS 11	Rp. 165.000
		d. ALNITA	AKS 013	Rp. 175.000
		e. NIBRAS	NSAP 69	Rp. 225.000
		f. NIBRAS	NSAP 67	Rp. 225.000
		g. NIBRAS	NSAP 66	Rp. 220.000
3.	Dress	DAISHA DRESS	-	Rp. 70.000
4.	Cardigan	a. EVA LONG	-	Rp. 80.000
		b. CARDI	-	Rp. 95.000
		c. VIANKA FRING	-	Rp. 95.000
		d. LAVINA	-	Rp. 105.000
		e. OUTER SCUBA	-	Rp. 105.000
		f. GLACI5A	63	Rp. 85.000
		g. NUELA OUTER	-	Rp. 85.000
5.	Baju Koko Dewasa	a. KOKO MSL	MRH	Rp. 95.000
		b. KOKO MSL	BLC	Rp. 95.000
		c. NIBRAS	NS 64	Rp. 185.000
		d. NIBRAS	NS 63	Rp. 195.000
		e. NIBRAS	NSK 72	Rp. 195.000
6.	Baju Koko Anak	KOKO MSL	-	Rp. 100.000
7.	Celana Wanita	a. PRADA	24	Rp. 100.000
		b. ZARA PANTS	18	Rp. 55.000
		c. BAGGY PANTS	21	Rp. 65.000
		d. BYFRIEND	19	Rp. 70.000
		e. GEYSA PANTS	20	Rp. 65.000
8.	Celana Pria	Celana Pendek	15	Rp. 70.000

²² Dokumentasi Butik Earth Fashion Kediri.

No.	Jenis Produk	Nama Produk	Kode	Harga
9.	Tunik	a. TUNIK KATUN b. BLOUSE RBBT c. BLOUSE PITA d. ZANNE e. PAM PAM f. NIKKI BLOUSE	96 KNG LP - - 07	Rp. 110.000 Rp. 120.000 Rp. 50.000 Rp. 80.000 Rp. 140.000 Rp. 70.000
10.	Rok Panjang	a. PLISKET b. PLISKET b. JUMBO c. LIONA d. FLOWER e. DUBAY f. NIBRAS g. SPAN	34 - PYG MCN - - NR 012 28	Rp. 85.000 Rp. 60.000 Rp. 145.000 Rp. 100.000 Rp. 140.000 Rp. 160.000 Rp. 140.000 Rp. 90.000
11.	Overall	REMPEL	48	Rp. 85.000
12.	Jumpsuit	SHANETTE	43	Rp. 80.000
13.	Jilbab	a. UMAMA b. DIAMOND c. MERAK d. CORNSKIN e. PASMINA	- - - - -	Rp. 45.000 Rp. 35.000 Rp. 30.000 Rp. 35.000 Rp. 35.000
14.	Tas Wanita	a. GIVENCY b. TAS KULIT c. STRADIVARIUS d. RANSEL MINI e. LOUIS f. FOREVERYOUNG g. MUTIARA h. BLUDRU i. MATTE j. CATENZO k. RANSEL MINION	- CKT - CRM - - SL RNT SLRT - -	Rp. 170.000 Rp. 185.000 Rp. 150.000 Rp. 100.000 Rp. 210.000 Rp. 100.000 Rp. 100.000 Rp. 100.000 Rp. 100.000 Rp. 100.000 Rp. 120.000 Rp. 100.000
15	Skin Care	HESLIN BEAUTY	-	Rp. 340.000

d. Struktur Management Butik Earth Fashion

Struktur management merupakan cara tugas pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal. Struktur management dalam suatu usaha memiliki peranan yang sangat penting dalam menempuh maju mundurnya suatu usaha tersebut. Dengan

adanya struktur management, tugas dan tanggungjawab dari masing-masing orang yang terlibat didalam suatu perusahaan atau usaha dapat terorganisir secara maksimal.

- a. Pemilik : M. Firma Afriza dan Irkhas Ziana Risqi Afriza
- b. Kasir : Lia Pristiani
- c. Karyawan : 1. Putri 2. Dyah 3. Ira 4. Intan

Penjelasan mengenai tugas dan tanggungjawab masing-masing bagian struktur management tersebut sebagai berikut:

- a. Pemilik, pemilik memiliki tugas sebagai penanggungjawab penuh atas terjadinya segala sesuatu yang berkaitan dengan Butik Earth Fashion Kediri, menyediakan fasilitas pekerjaan untuk karyawannya, dan memberikan intruksi-intruksi kepada karyawannya.
- b. Kasir, mengelola proses pembayaran uang serta mencatat atas semua transaksi yang dilakukan pada saat penjualan, bertanggung jawab atas segala penotolan dan pemasukan keuangan.
- c. Karyawan, tugas karyawan yaitu mendata barang yang ada di butik, mengecek barang, mendisplay barang pada rak atau tempat produk, mempromosikan barang dagangan, bertanggung jawab terhadap kelengkapan barang yang dipajang, menjaga kebersihan barang yang ada di butik, memberi label harga pada setiap produk yang tersedia di butik.

e. Sumber Informasi Konsumen

Tabel 4.2
Sumber informasi yang diperoleh konsumen butik Earth Fashion

No.	Sumber	%	Jumlah
1	Iklan	60	10
2	Teman	30	8
3	Keluarga	10	2
TOTAL		100%	20

(sumber: diolah peneliti)

Dari total beberapa informan yang telah diwawancarai oleh penulis, diketahui bahwa sumber informasi mengenai butik Earth Fashion diketahui konsumen mayoritas dari iklan promosi yang telah dibuat Earth Fashion dilaman akun media sosial, lalu melalui informasi dari teman maupun keluarga.²³

2. Lokasi Butik Earth Fashion Kecamatan Semen Kabupaten Kediri

Pemilihan lokasi suatu tempat usaha merupakan hal yang tidak dapat abaikan karena pemilihan lokasi nantinya akan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha dalam melakukan aktivitasnya. Demikian juga dengan lokasi berdirinya Butik Earth Fashion yang dikelola oleh Ibu Irkhas Ziana, beliau bersepakat dengan kakaknya Pak Firma untuk menempatkan bisnis usahanya pada lokasi yang dirasa akan mendukung kelancaran aktivitas, yaitu bertempat di Jalan Argowilis

²³ Data diperoleh pada saat observasi kepada konsumen Butik Earth Fashion Kediri pada tanggal 05 September 2020

No.427 Semen Kabupaten Kediri, lokasi ini dinilai strategis karena dekat dengan taman terminal baru Kota Kediri. Untuk fasilitas yang disediakan di Butik Earth Fashion yaitu kamar mandi dan tempat ibadah untuk karyawannya.

a. Lingkungan

Pada lokasi penjualan, tidak mengakibatkan pencemaran udara, air, maupun lingkungan. Lokasi tersebut ramai dan mudah dikunjungi konsumen menurut Ibu Ziana.

“Dulu itu setelah pindah dari Surabaya ke sini saya memilih mendirikan usaha dilokasi ini karena menurut saya lokasi ini strategis mbak, dekat sama taman terminal baru Kediri, wilayahnya ramai, mudah dijangkau oleh konsumen. Disini bisa diprediksi juga kapan jam sepi dan kapan jam orang ramai mau membeli, apalagi lokasi ini termasuk jalan utama arah ketempat wisata kalau dari arah Kota ke tempat wisata Air Terjun Besuki sama tempat nongkrong para remaja di WANUS (Warung Pinus)”.²⁴

Mengambil nama Earth Fashion, pemilik butik mengaku ingin menjadikan butiknya tersebut sebagai tempat dimana para konsumen dapat menemukan segala kebutuhan fashionnya di butik miliknya tersebut, Earth Fashion sendiri yang berarti Dunia Busana menginspirasi pemilik butik untuk menggunakan nama tersebut.

“Saya mengambil nama Earth Fashion itu maksudnya seperti Bumi atau Dunia Busana, supaya konsumen yang membaca atau melihat butik ini merasa tertarik dengan fashion-fashion yang ada di dalamnya, pasti konsumen itu akan mengartikan bahwasanya kalau namanya saja Dunia Busana, pasti di dalamnya dapat menemukan berbagai busana yang dirasa sesuai

²⁴ Ibu Ziana, *wawancara*, Earth Fashion Kediri, 15 September 2020.

kebutuhan si konsumen. Maka dari itu saya berinisiatif untuk menamakan butik ini Butik Earth Fashion”.²⁵

Dari informasi wawancara mengenai lokasi, pemilik butik juga menjelaskan berapa modal awal yang dikeluarkan untuk membangun Butik:

“Modal awalnya dulu kurang lebih kisaran 80 juta mbak, pertama dibuka di Surabaya, dulu itu pas di Surabaya yang mengelola saya bersama kakak saya. Setelah butik ini pindah di Kediri sini yang mengelola hanya saya, soalnya kakak saya sibuk mengelola bisnisnya yang lain, jadi bisnis yang disini dipasrahkan kesaya, modal awal yang digunakan untuk membangun butik ini di Kediri yaitu kisaran 65 juta dengan Luas 6x11 meter persegi. Sebelumnya saya sama kakak saya itu musyawarah semisal di dirikan dilokasi sini nanti kedepannya gimana. Dan alhamdulillah ternyata lokasi yang kita pilih ini sangat setrategis untuk mendirikan bisnis ini karena mudah di jangkau oleh konsumen.”²⁶

b. Pesaing

Disekitar butik juga terdapat beberapa pesaing terdekat, diantaranya sebagai berikut:

Sebelah timur : Annissa Colections

Sebelah barat : Toko Lina Jaya

Sebelah utara : Toko Baju Anak

Dengan adanya pesaing ini Butik Earth Fashion senantiasa mengembangkan strategi pemasarannya supaya tetap bisa menarik daya minat konsumen terhadap produknya meskipun pesaing terdekatnya juga menjual jenis produk yang sama, akan tetapi Butik Earth Fashion berusaha menggunakan strategi bisnis yang berbeda.

²⁵ Ibu Ziana, *wawancara*, Earth Fashion Kediri, 17 September 2020.

²⁶ Ibu Ziana, *wawancara*, Earth Fashion Kediri, 17 September 2020.

3. Total Penjualan Produk Butik Earth Fashion Kediri Perbulan.

Tabel 4.3
Data Pembelian Konsumen di Butik Earth Fashion Kediri²⁷

Bulan	2018		2019		2020	
	Barang	Terjual	Barang	Terjual	Barang	Terjual
Jan	Gamis	10	Gamis	15	Gamis	20
	dewasa	5	dewasa	11	dewasa	18
	Gamis anak	15	Gamis anak	12	Gamis anak	24
	Dress	7	Dress	9	Dress	23
	Cardigan	4	Cardigan	3	Cardigan	15
	Baju koko	9	Baju koko	9	Baju koko	19
	Tunik	6	Tunik	12	Tunik	21
	Rok	5	Rok	5	Rok	16
	Overall	9	Overall	2	Overall	15
	Jumpsuit	15	Jumpsuit	9	Jumpsuit	19
	Jilbab	6	Jilbab	5	Jilbab	7
	Tas wanita	1 paket	Tas wanita	3 paket	Tas wanita	5paket
	Skincare		Skincare		Skincare	
	Feb	Gamis	8	Gamis	15	Gamis
dewasa		6	dewasa	8	dewasa	15
Gamis anak		10	Gamis anak	13	Gamis anak	20
Dress		2	Dress	11	Dress	20
Cardigan		5	Cardigan	2	Cardigan	13
Baju koko		10	Baju koko	10	Baju koko	24
Tunik		7	Tunik	10	Tunik	18
Rok		4	Rok	8	Rok	21
Overall		6	Overall	5	Overall	5
Jumpsuit		10	Jumpsuit	15	Jumpsuit	25
Jilbab		4	Jilbab	4	Jilbab	8
Tas wanita		1 paket	Tas wanita	1 paket	Tas wanita	3paket
Skincare			Skincare		Skincare	
Mar		Gamis	11	Gamis	12	Gamis
	dewasa	5	dewasa	5	dewasa	21
	Gamis anak	9	Gamis anak	16	Gamis anak	21
	Dress	7	Dress	13	Dress	10
	Cardigan	3	Cardigan	5	Cardigan	0
	Baju koko	12	Baju koko	11	Baju koko	17
	Tunik	13	Tunik	8	Tunik	11
	Rok	4	Rok	10	Rok	10
	Overall	7	Overall	5	Overall	10
	Jumpsuit	16	Jumpsuit	17	Jumpsuit	20
	Jilbab	2	Jilbab	2	Jilbab	5

²⁷ Dokumentasi Butik Earth Fashion Kediri

Bulan	2018		2019		2020	
	Barang	Terjual	Barang	Terjual	Barang	Terjual
	Tas wanita Skincare	1 paket	Tas wanita Skincare	1 paket	Tas wanita Skincare	3paket
Apr	Gamis dewasa	9	Gamis dewasa	14	Gamis dewasa	11
	Gamis anak	8	Gamis anak	9	Gamis anak	4
	Dress	15	Dress	12	Dress	13
	Cardigan	11	Cardigan	10	Cardigan	14
	Baju koko	7	Baju koko	6	Baju koko	0
	Tunik	10	Tunik	12	Tunik	7
	Rok	16	Rok	14	Rok	10
	Overall	3	Overall	7	Overall	16
	Jumpsuit	2	Jumpsuit	3	Jumpsuit	9
	Jilbab	14	Jilbab	16	Jilbab	7
	Tas wanita Skincare	3	Tas wanita Skincare	6	Tas wanita Skincare	0
		3 paket		5 paket		0 paket
	Mei	Gamis dewasa	11	Gamis dewasa	12	Gamis dewasa
Gamis anak		13	Gamis anak	10	Gamis anak	5
Dress		10	Dress	16	Dress	9
Cardigan		6	Cardigan	5	Cardigan	11
Baju koko		8	Baju koko	5	Baju koko	3
Tunik		7	Tunik	14	Tunik	12
Rok		10	Rok	8	Rok	16
Overall		12	Overall	6	Overall	7
Jumpsuit		0	Jumpsuit	5	Jumpsuit	9
Jilbab		19	Jilbab	12	Jilbab	13
Tas wanita Skincare		0	Tas wanita Skincare	5	Tas wanita Skincare	2
		2 paket		2 paket		1 paket
Jun		Gamis dewasa	13	Gamis dewasa	10	Gamis dewasa
	Gamis anak	9	Gamis anak	9	Gamis anak	6
	Dress	11	Dress	15	Dress	16
	Cardigan	4	Cardigan	12	Cardigan	15
	Baju koko	10	Baju koko	7	Baju koko	10
	Tunik	11	Tunik	13	Tunik	18
	Rok	13	Rok	9	Rok	15
	Overall	10	Overall	6	Overall	12
	Jumpsuit	2	Jumpsuit	7	Jumpsuit	2
	Jilbab	13	Jilbab	10	Jilbab	6
	Tas wanita Skincare	1	Tas wanita Skincare	3	Tas wanita Skincare	0
		1 paket		4 paket		5 paket
	Jul	Gamis dewasa	15	Gamis dewasa	16	Gamis dewasa
Gamis anak		10	Gamis anak	8	Gamis anak	9
		8		11		10

Bulan	2018		2019		2020	
	Barang	Terjual	Barang	Terjual	Barang	Terjual
	Dress	2	Dress	15	Dress	13
	Cardigan	7	Cardigan	4	Cardigan	0
	Baju koko	4	Baju koko	12	Baju koko	22
	Tunik	6	Tunik	15	Tunik	18
	Rok	0	Rok	0	Rok	13
	Overal	0	Overal	0	Overal	0
	Jumpsuit	17	Jumpsuit	9	Jumpsuit	4
	Jilbab	5	Jilbab	6	Jilbab	6
	Tas wanita	3 paket	Tas wanita	5 paket	Tas wanita	5 paket
	Skincare		Skincare		Skincare	
Ags	Gamis dewasa	13	Gamis dewasa	17	Gamis dewasa	15
	Gamis anak	9	Gamis anak	5	Gamis anak	15
	Dress	13	Dress	15	Dress	11
	Cardigan	5	Cardigan	0	Cardigan	15
	Baju koko	3	Baju koko	6	Baju koko	2
	Tunik	15	Tunik	13	Tunik	20
	Rok	6	Rok	15	Rok	9
	Overal	13	Overal	9	Overal	14
	Jumpsuit	12	Jumpsuit	0	Jumpsuit	19
	Jilbab	9	Jilbab	10	Jilbab	16
	Tas wanita	0	Tas wanita	6	Tas wanita	1
	Skincare	1 paket	Skincare	4 paket	Skincare	3 paket
Sep	Gamis dewasa	7	Gamis dewasa	15	Gamis dewasa	21
	Gamis anak	5	Gamis anak	10	Gamis anak	5
	Dress	14	Dress	13	Dress	14
	Cardigan	9	Cardigan	11	Cardigan	19
	Baju koko	15	Baju koko	7	Baju koko	0
	Tunik	13	Tunik	12	Tunik	22
	Rok	15	Rok	0	Rok	19
	Overal	9	Overal	1	Overal	2
	Jumpsuit	0	Jumpsuit	17	Jumpsuit	26
	Jilbab	16	Jilbab	19	Jilbab	15
	Tas wanita	0	Tas wanita	6	Tas wanita	3
	Skincare	1 paket	Skincare	5 paket	Skincare	4 paket
Okt	Gamis dewasa	9	Gamis dewasa	19	Gamis dewasa	10
	Gamis anak	4	Gamis anak	14	Gamis anak	13
	Dress	8	Dress	15	Dress	10
	Cardigan	6	Cardigan	2	Cardigan	13
	Baju koko	3	Baju koko	1	Baju koko	0
	Tunik	12	Tunik	20	Tunik	22
	Rok	9	Rok	10	Rok	18
		2		9		13

Bulan	2018		2019		2020	
	Barang	Terjual	Barang	Terjual	Barang	Terjual
	Overall	6	Overall	8	Overall	8
	Jumpsuit	11	Jumpsuit	13	Jumpsuit	12
	Jilbab	3	Jilbab	4	Jilbab	6
	Tas wanita	2 paket	Tas wanita	3 paket	Tas wanita	5 paket
	Skincare		Skincare		Skincare	
Nov	Gamis	14	Gamis	17	Gamis	11
	dewasa	7	dewasa	4	dewasa	5
	Gamis anak	12	Gamis anak	18	Gamis anak	9
	Dress	10	Dress	0	Dress	7
	Cardigan	0	Cardigan	1	Cardigan	3
	Baju koko	9	Baju koko	12	Baju koko	12
	Tunik	10	Tunik	15	Tunik	13
	Rok	6	Rok	7	Rok	4
	Overall	3	Overall	9	Overall	7
	Jumpsuit	17	Jumpsuit	20	Jumpsuit	16
	Jilbab	4	Jilbab	7	Jilbab	2
	Tas wanita	3 paket	Tas wanita	5 paket	Tas wanita	1 paket
	Skincare		Skincare		Skincare	
Des	Gamis	15	Gamis	11	Gamis	20
	dewasa	5	dewasa	4	dewasa	13
	Gamis anak	10	Gamis anak	13	Gamis anak	11
	Dress	15	Dress	17	Dress	9
	Cardigan	4	Cardigan	9	Cardigan	2
	Baju koko	7	Baju koko	19	Baju koko	25
	Tunik	14	Tunik	20	Tunik	18
	Rok	5	Rok	10	Rok	12
	Overall	6	Overall	0	Overall	6
	Jumpsuit	15	Jumpsuit	15	Jumpsuit	27
	Jilbab	3	Jilbab	5	Jilbab	10
	Tas wanita	3 paket	Tas wanita	3 paket	Tas wanita	5 paket
	Skincare		Skincare		Skincare	
Total		1.123		1.603		1.670

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa penjualan produk pada Butik Earth Fashion mengalami peningkatan pada tiap tahunnya. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya jumlah produk yang dibeli oleh konsumen butik Earth Fashion setiap bulannya. Terlebih jika mendekati

lebaran hari raya Idul Fitri ataupun pada saat ada promo-promo seperti pemberian potongan harga dan bonus hadiah pembelian.

4. Strategi Bisnis Fashion Halal di Butik Earth Fashion Kediri

Dalam menghadapi persaingan bisnis industri halal yang semakin kompetitif menyebabkan seorang pengusaha bisnis dituntut untuk menetapkan strategi penjualan terhadap produk yang ditawarkan. Seperti halnya di butik Earth Fashion yang menggunakan berbagai macam strategi untuk mendukung kelancaran usahanya. Hal tersebut didasari dengan tujuan, supaya konsumen tertarik untuk menjadi pelanggan tetap di butik Earth Fashion sehingga keberlangsungan bisnis usaha butik Earth Fashion dapat terjaga dan berjalan seperti semestinya, selain itu butik Earth Fashion selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan strategi-strategi bisnis yang dinilai sangat efisien untuk diterapkan dalam memikat minat konsumen.

Butik Earth Fashion yang dikategorikan sebagai salah satu bisnis usaha yang bergerak dibidang *halal fashion* berusaha memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas dengan berbagai strategi bisnis. Dari observasi yang diperoleh peneliti bahwa, strategi bisnis yang digunakan pada butik Earth Fashion meliputi:

- a. Mengambil produk pada tempat grosir *fashion* yang disortir dengan harga murah.

“Jadi kita dulu awalnya waktu masih di Surabaya produk kita yaitu produk dari luar negeri yang di kirim ke dalam negeri yang disortir di *suplier* Bogor dan daerah Yogyakarta, disini kita menjadi tangan kedua yang tidak meng*import* langsung dari

luar negeri, dari *supplier* tersebut kita mendapatkan produk luar negeri dengan harga grosir untuk dijual kembali, banyak juga toko baju grosir yang menjadi tangan kedua dari grosir Bogor juga, *supplier* Bogor yang meng*import* langsung dari luar negeri, pembelian baju grosir di Bogor memang cocok untuk bisnis *fashion* dengan harga murah.”²⁸

Dari keterangan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa awalnya pemilik butik menjual baju luar negeri dimana baju-baju tersebut dikirim ke dalam negeri dan disortir di *supplier* distributor Bogor dan Yogyakarta.

“Baju *import* yang kita jual dari *supplier* Bogor itu *import* dari negara China, dan Korea. Tapi kata *supplier* paling banyak *import* dari negara China.”²⁹

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa baju *import* yang dijual adalah baju *import* dari negara China dan Korea.

“Setelah pindah di Kediri kita tidak menjual produk baju *import* luar negeri lagi mbak, tetapi tetap menghabiskan sisa stock baju *import*, setelah itu kita pindah ke baju lokal saja yang diproduksi oleh dalam negeri.”

“Waktu pindah ke baju lokal, kita membeli baju lokal di salah satu grosir busana lokal. Dari harga grosir tersebut kita buat harga sendiri. Kalau harga di standard kan seperti di butik lain nanti tidak ada bedanya dan tidak ada menariknya bagi konsumen. Jadi kita bikin harga sendiri setelah itu kita kasih label diskon supaya tujuannya itu konsumen tertarik. Selain itu harga yang sudah kita diskon kita buat tetap menguntungkan butik, jadi konsumennya senang tetapi butik kita tidak rugi.”³⁰

Pemilik butik mengambil dagangan produknya tentunya dengan harga yang masih dapat diubah lagi guna menjadi profit bagi suatu perusahaan.

²⁸ Ibu Ziana, Pengelola Butik Earth Fashion, di butik Earth Fashion Kediri, 29 September 2020

²⁹ Ibu Ziana, Pengelola Butik Earth Fashion, di butik Earth Fashion Kediri, 29 Desember 2020

³⁰ Ibu Ziana, Pengelola Butik Earth Fashion, di butik Earth Fashion Kediri, 29 September 2020

- b. Pemilihan dan penyediaan jenis produk *fashion* maupun pendukung *fashion* kaum muslim.

Butik Earth Fashion membagi produknya menjadi beberapa jenis, seperti yang diungkapkan oleh mbak Putri:

“Produk yang ada disini menyediakan berbagai macam *fashion* muslimah segala model ukuran anak dan dewasa, jenis Busana Muslimah dan hijab-hijabnya yang kekinian, tujuannya juga supaya memudahkan konsumen untuk memilih jenis produk yang mereka cari atau yang dibutuhkan, soalnya kan *style* orang berbeda-beda jadi disini baju biasa juga ada tapi mayoritas yang lebih banyak itu *fashion* yang syar’i. Dari jenis busana muslimahnya, disini disediakan berbagai *size* dan berbagai pilihan jenis bahan. Untuk jenis baju biasa disini menyediakan satu ukuran yaitu *All Size*. Dan disini juga menyediakan produk pendukung *fashion* muslimah maupun *fashion* biasa, seperti Tas, dompet, dan lain-lain.”³¹

Dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa di butik Earth Fashion memiliki berbagai jenis produk *fashion* yang bertujuan agar memudahkan konsumen dalam mencari *type style fashion* kebutuhannya masing-masing dengan ketersediaan yang ada di butik Earth Fashion sehingga konsumen bisa mendapatkan apa yang dibutuhkannya tanpa harus berpindah ke butik lain.

- c. Merekrut karyawan yang berhijab supaya bisa dijadikan model untuk mengiklankan produk

Penulis mewawancarai salah satu karyawan yang baru direcrut yang bernama Ira:

“Jumlah karyawan disini ada lima cewek semua, yang satu bagian kasir, yang empat bagian merapikan produk-produk sama melayani pembeli. Karyawan lama ada 3 mbak, yang

³¹ Putri (24 tahun), karyawan butik Earth Fashion Kediri, 20 September 2020.

duanya lagi masih baru di rekrut termasuk saya. karyawan disini harus pakai hijab semua, tujuannya biar karyawannya bisa mengiklankan langsung produk *fashion* ataupun hijab-hijab terbaru yang dimiliki butik Earth Fashion di instagram, biar gak perlu menyewa model luar”³²

Dari wawancara di atas, dapat diketahui bahwa butik Earth Fashion memiliki 5 karyawan yang diharuskan berhijab supaya dalam proses pengiklanan produk *fashion* muslimahnya bisa langsung diiklankan oleh karyawannya sendiri tanpa harus mengeluarkan uang untuk membayar model luar.

Penggunaan media sosial instagram dipilih oleh butik Earth Fashion dalam membuat konten untuk meningkatkan penjualannya, karena instagram memiliki fitur-fitur yang mendukung untuk mempromosikan suatu bentuk produk yang dijual oleh sebuah perusahaan selain itu Instagram memiliki kegunaan visual untuk mengunggah foto dan video. Fitur tersebut meliputi: *follower*, *upload* foto, kamera, efek foto, judul foto, arroba, label foto, perlombaan, publikasi kegiatan sosial, publikasi organisasi, jejaring sosial yang luas, memiliki fitur tanda suka, dan memiliki fitur tanda populer.

d. Mengadakan *Giveaway* pada situs media sosial akun instagram.

Disini penulis ingin mengetahui strategi yang digunakan pada situs *onlineshop* butik Earth Fashion pada akun instagram, penulis menanyakan langsung kepada pemilik butik, Ibu Ziana:

“Jadi disini itu kita selalu adain promo dan *giveaway*, sebenarnya *giveaway* itu sendiri juga masukan dari salah satu

³² Ira (20 tahun), karyawan baru butik Earth Fashion, di kost dekat butik, 30 September 2020

customer. Jadi kita adain *giveaway* di instagram Earth Fashion, dari hal tersebut kita semakin semangat untuk menciptakan ide-ide kreatif strategi apa yang akan kita gunakan dalam sistem *giveaway* ini, didalam strategi ini kita usahakan semua kalangan bisa dengan mudah mengikuti permainannya, semakin menarik strateginya semakin banyak pula konsumen yang tertarik dan ikut dalam *giveaway* ini, selain itu tentunya Earth Fashion juga berusaha menyediakan segala kebutuhan fashion yang diperlukan para pelanggan.”³³

Dari wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa strategi bisnis *giveaway* yang digunakan oleh butik Earth Fashion berhasil memikat minat konsumen untuk menjadi pelanggan di butik Earth Fashion, selain itu strategi yang digunakan butik Earth Fashion ini dinilai sangat efektif digunakan untuk setiap peluang bisnis usaha perdagangan.

Media sosial Instagram dipilih oleh butik Earth Fashion dalam membuat konten untuk meningkatkan penjualannya karena target konsumen dalam media instagram tidak terbatas ataupun dibatasi seperti jejaring media sosial Facebook yang jumlah interaksi pertemanannya dibatasi selain itu instagram memiliki fitur-fitur yang mendukung untuk mempromosikan suatu bentuk produk yang dijual oleh sebuah perusahaan selain itu Instagram memiliki kegunaan visual untuk mengunggah foto dan video. Fitur tersebut meliputi: *follower*, *upload* foto, kamera, efek foto, judul foto, arroba, label foto, perlombaan, publikasi kegiatan sosial, publikasi organisasi, jejaring sosial yang luas, memiliki fitur tanda suka, dan memiliki fitur tanda populer.

³³ Ibu Ziana, Pengelola Butik Earth Fashion, di butik Earth Fashion Kediri, 25 September 2020

Setelah penjelasan tersebut, mbak Intan menjelaskan lagi bagaimana sistem *giveaway* yang digunakan pada butik Earth Fashion:

“Jadi caranya itu mudah mbak untuk ikut program *giveaway* itu, calon pelanggannya harus mengikuti instagram Earth Fashion, lalu setelah itu, harus nge-*Like* postingan di akun Earth Fashion, setelah itu *customer* diwajibkan berkomentar semenarik mungkin tentang produk Earth Fashion, setelah itu syarat utamanya adalah peserta wajib posting produk Earth Fashion dengan *instastory* pada akun peserta masing-masing dengan *captions* yang paling menarik dan harus menandai temannya sebanyak mungkin, setelah itu peserta yang telah sesuai prosedur akan diundi untuk menentukan siapa pemenangnya, setelah diundi maka pemenang tadi akan menerima hadiah berupa barang yang sudah ditentukan sesuai nomor urut undian dan tidak dapat ditukar, hadiah juga dapat berupa kupon potongan harga setiap pembelian barang selanjutnya. Setelah dinyatakan menang, hadiah akan dikirim dengan ongkir pengiriman barang ditanggung pemenang. Selain itu hadiah lain berupa masker mbak berhubung lagi pandemi, sistemnya itu mudah untuk diikuti makanya banyak banget yang jadi peserta”³⁴

“Setelah diadain *giveaway* di instagram itu jadi sering ada orderan masuk melalui pesan instagram, tapi ada juga beberapa pemenang yang sempat complain sama hadiah yang didapat karena tidak sesuai sama apa yang diinginkan mereka, minggu kemarin sempat ada beberapa pemenang yang complain tentang hadiah yang dikirim. soalnya kita disini hadiahnya sudah ditentukan jadi mereka tidak bisa memilih atau menukar hadiah, kalau nanti peserta dibiarkan memilih hadiahnya sendiri bisa rugi mbak”.³⁵

Dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa konsumen tertarik menjadi pelanggan butik Earth Fashion karena mereka terlena dengan diskon potongan harga serta hadiah-hadiah dari *giveaway* yang mereka ikuti di situs media sosial akun Instagram. Tidak heran jika di jaman era modern ini semua produsen maupun konsumen pasti

³⁴ Intan (21 tahun), karyawan baru butik Earth Fashion, di kost dekat butik, 30 September 2020

³⁵ Ira (20 tahun), karyawan baru butik Earth Fashion, di kost dekat butik, 30 September 2020

memiliki Aplikasi-aplikasi perdagangan maupun perbelanjaan di ponselnya masing-masing. Begitu pula dengan konsumen butik Earth Fashion, semua pelanggan butik pasti sudah harus memiliki situs media sosial akun instagram jika ingin mengikuti sistem *giveaway* untuk mendapatkan hadiah dan promo-promo menarik yang telah dibuat oleh pihak butik Earth Fashion.

Giveaway ini merupakan sebuah program yang diselenggarakan oleh butik Earth Fashion. Mekanismenya yang dilakukan dibuat mudah dan sederhana sehingga dapat diikuti semua orang yang memiliki akun media sosial terutama instagram, peserta *giveaway* yaitu pengguna instagram yang tertarik berpartisipasi dalam *giveaway* harus mengikuti persyaratan dan ketentuan yang dibuat oleh penyelenggara atau pemilik butik Earth Fashion. Penyelenggara *giveaway* membuat syarat untuk para peserta *giveaway* untuk meng-*upload* produk di akun instagram peserta masing-masing. Lalu akan ada syarat tambahan seperti menambahkan *captions* (kalimat komentar) semenarik mungkin dan mengajak teman lainnya untuk mengenali produk tersebut. Tentunya agar praktik *giveaway* ini dapat di-*viralkan* dan diketahui oleh akun calon konsumen lainnya. Setelah itu, peserta yang bisa mengajak temannya dalam jumlah banyak maka peserta tersebut yang akan masuk list undian untuk diundi sebagai pemenangnya, Sebagai imbalannya penyelenggara akan memberikan hadiah kepada peserta *giveaway* yang telah beruntung menjadi pemenang.

Disini pemenang undian tidak bisa memilih hadiah apa yang akan didapat, melainkan hadiah tersebut sudah ditentukan oleh pihak Earth Fashion, seperti contohnya apabila pemenang *giveaway* ini adalah laki-laki ataupun perempuan, jika pemenang adalah perempuan dan ternyata hadiah yang sudah ditentukan sesuai nomor urut adalah jenis baju Koko, maka pemenang tersebut tidak boleh menukar hadiah apabila hadiah tersebut yang telah ditentukan dalam bentuk jenis baju koko dan ternyata hadiah tersebut tidak dapat dimanfaatkan oleh pemenang.

Setelah itu, peneliti mencoba mencari tau tentang pendapat konsumen yang menjadi salah satu peserta *giveaway* yang telah berhasil memenangkan undian dan mendapatkan hadiah, butik Earth Fashion mendata setiap peserta yang menjadi pemenang *giveaway* beserta alamat tujuan pengiriman hadiahnya. peneliti mewawancarai peserta pemenang *giveaway* yang bernama Sella:

“Saya mengikuti *giveaway* itu kemarin pengen dapat baju tunik yang saya incar, kebetulan saya menjadi pemenang pas di undi, saya senang sekali, setelah saya dapat hadiahnya yang dikirimkan ternyata hadiah yang saya dapat baju koko pria. Disitu saya sedikit kecewa, soalnya saya disini juga kos sendiri, tidak punya saudara laki-laki, kalau dipakai bapak saya dirumah juga ukurannya tidak muat jadi hadiahnya gak kepakai. Apalagi pengiriman hadiah ongkos kirimnya ditanggung pemenang, jadi mau tidak mau saya yang bayar ongkir hadiahnya”³⁶

³⁶ Sella, (20 tahun), Konsumen Butik Earth Fashion Kediri, di Kos Jl.Raya Katwang Karangrejo - Ngasem, 29 Desember 2020.

Gambar 4.2
Hadiah *giveaway* yang didapat konsumen³⁷



Setelah itu, peneliti mencoba mewawancarai peserta lain yang pernah mengikuti *giveaway*,

“Saya sering ikut *giveaway* yang di akun instagramnya Earth Fashion, tapi belum pernah menang. Temen-temen saya yang ikutan juga malah sering menang dapet hadiah tapi temen-temen saya sebagian besar pas menang dapetnya hadiah tidak sesuai dengan yang diharapkan mereka, sempat kemarin temen saya cowok yang menang *giveaway* malah dapat hadiah jilbab. Hadiah pemenangnya dikirim lewat paket JNE”.³⁸

Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa, pemenang undian *giveaway* telah mendapat hadiah yang tidak sesuai dengan angan-angan si pemenang yang berakibat hadiah tersebut tidak bisa dimanfaatkan oleh pemenang dan hanya menguntungkan pada salah satu pihak. Karena salah satu pihak berhasil mendapat banyak konsumen untuk mengenali produk barang milik perusahaan, sementara pihak lainnya tidak mendapatkan kesenangan dan merasa terbebani, seperti contoh dari keterangan wawancara pemenang *giveaway* tersebut, dalam bentuk

³⁷ Dokumentasi Konsumen butik Earth Fashion. Pada tanggal 29 Desember 2020

³⁸ Nia (20 tahun), Konsumen&Peserta Giveaway Butik Earth Fashion, 28 Desember 2020

barang yang telah dijanjikan sebagai hadiah kepada pemenang tersebut tidak memberikan manfaat bagi penerimanya dan malah terbebani oleh biaya ongkos kirim.

e. Strategi promo diskon potongan harga.

Peneliti mewawancarai karyawan tentang sistem strategi lain yang digunakan oleh butik Earth Fashion Kediri:

“Kalau di Earth Fashion itu yang utama ya cari pelanggannya mbak, pokok sistemnya itu tujuannya mencari *customer* sebanyak-banyaknya supaya semakin naik dan semakin dikenal banyak kalangan, dari yang semula dulu pelanggannya disini cuma sedikit dan ketika memakai strategi diskon promo dan *giveaway* itu pelanggan sini jadi membludak dan semakin banyak yg mengenal butik ini hingga menjadi saat ini.³⁹

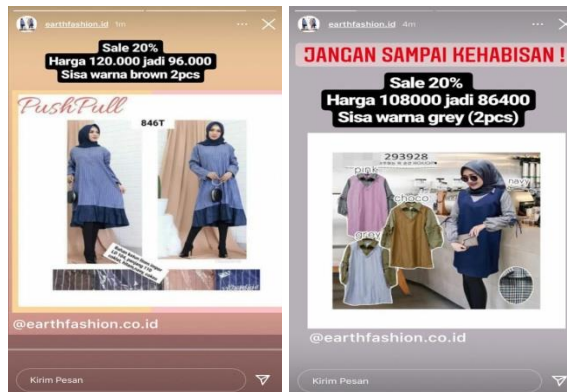
Untuk mengetahui strategi promosi pada butik Earth fashion, maka peneliti melakukan wawancara kepada salah satu konsumen butik bernama mbak Wulan sebagai berikut:

“Saya bolak-balik beli kesini selain menambah koleksi fashion jilbab saya juga suka promonya, pilihan jenis motif nya banyak, warna-warna yang saya cari disini selalu ada semua, trus selalu ada promo potongan harga, semakin saya beli banyak semakin sering juga saya dapetin potongan harga. Soalnya tiap pembelian itu jumlahnya barang dihitung semakin banyak barang yang dibeli nanti promo yang didapat juga makin banyak potongan mbak. Jadi kalau ada promo-promo yang diposing di olshopnya itu saya jadi langsung pengen beli soalnya yang posting itu tampilan gambar bajunya bagus-bagus, pengiriman lewat JNE soalnya lagi *corona*”⁴⁰

³⁹ Ira (20 tahun), karyawan baru butik Earth Fashion, di kost dekat butik, 30 September 2020

⁴⁰ Wulan (28 tahun), Konsumen Butik Earth Fashion Kediri, di ruko butik, 1 Oktober 2020.

Gambar 4.3
Promo diskon potongan harga pada akun Instagram⁴¹



Dari pemaparan informasi dari salah satu konsumen butik Earth Fashion tersebut, peneliti mencoba mencari pendapat konsumen lain yang juga pernah memanfaatkan promo-promo pada butik Earth Fashion.

Kemudian konsumen lain yang bernama Sindy juga berpendapat:

“Kalau disini itu yang tak suka promonya mbak, jadi kita-kita para cewe yang suka diskon promo ya seneng banget kalau ada potongan harga kayak gini, pas beli dengan total harga lebih dari yang ditentukan itu saya pernah dapet hadiah *free* masker sama *free* konektor masker, banyak bonus menarik pokoknya kalau belanja disitu. selain itu juga kebutuhan jilbab buat fashion biar sekalian ngoleksi biar dirumah punya berbagai model yang mau dipakai”.

Butik Earth Fashion mengupayakan berbagai strategi untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya, dengan menggunakan strategi diskon potongan harga, butik Earth Fashion mengubah nilai harga yang semulanya harga barang tersebut adalah harga rendah lalu harga tersebut dibuat tinggi dan setelah harga tersebut dirasa tinggi oleh

⁴¹ Dokumentasi Butik Earth Fashion Kediri.

konsumennya maka disitu butik Earth Fashion menggunakan tehnik Diskon Harga supaya konsumen yang mengira harga barang tersebut yang tadinya mahal menjadi harga murah karena tercantum promo diskon pada label produk tersebut.

f. Pemberian bonus pembelian produk

“Saya sering dapet *free* bonus pembelian ketika jumlah total pembelian saya mencapai nominal yang ditentukan, kemarin saya belanja total 200ribu dapat bonus masker 1 boks, sama konektor masker. Ya lumayan dimasa pandemi corona kayak gini maskernya bermanfaat.”⁴²

Dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa pemberian bonus kepada konsumen membuat para konsumen merasa sangat senang telah berbelanja di butik Earth Fashion. Hal tersebut tentu saja mendapat respon yang sangat baik dari setiap pelanggan butik, dari situlah konsumen butik dengan segan menjadi pelanggan setia butik Earth Fashion. Butik Earth Fashion dalam strategi penjualannya memanfaatkan tehnik pemberian promo bonus hadiah sebagai tanda terimakasih kepada konsumennya atas setiap pembelian yang telah memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Selain itu juga tujuannya adalah untuk tetap meningkatkan penjualan butik Earth Fashion.

g. Menggunakan *Member Card* Produk

Dalam strategi ini, penulis mewawancarai karyawan butik yang bernama Dyah:

“Disini nanti pelanggan ditawarkan untuk membuat kartu member untuk mendapatkan promo-promo spesial yang kita

⁴² Sindi (25 tahun), konsumen Butik Earth Fashion Kediri, di ruko butik, 1 Oktober 2020.

punya, untuk pembuatan kartu membeinya biayanya Rp.25.000,- untuk masa berlaku satu tahun setelah itu kalau masa berlakunya satu tahun sudah habis dan ingin memperpanjang kartu lagi bisa, biayanya Rp.15.000,-. nanti pembeli yang menggunakan kartu member dapet harga khusus”⁴³

Member Card adalah suatu bentuk kartu yang dimana pemiliknya akan mendapatkan *discount* dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh butik Earth Fashion. Seperti pada umumnya *member card* dibuat dari bahan plastik seperti pada bahan kartu ATM atau kartu kredit. *Member card* juga sering digunakan oleh perusahaan retail, asuransi, butik, salon, *restaurant*, guna untuk memberikan fasilitas kepada anggotanya ataupun suatu potongan harga (*discount*) pada konsumennya pada saat bertransaksi.

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa, tujuan penggunaan kartu member pada butik Earth Fashion untuk digunakan para pelanggannya supaya mendapatkan potongan harga, dimana kartu member didapatkan anggota setelah mendaftarkan diri dan mengisi biodata, kartu member tersebut memiliki masa berlaku dan dapat diperbarui lagi. Dengan memiliki kartu member ini, konsumen akan mendapatkan potongan harga khusus pada saat berbelanja di butik Earth Fashion.

Setelah mengetahui tentang sistem pembuatan kartu member Earth Fashion, peneliti melanjutkan mewawancarai konsumen-konsumen lain tentang produk-produk yang dimiliki butik Earth

⁴³ Dyah (22 tahun), karyawan butik Earth Fashion Kediri, 30 September 2020

Fashion Kediri, menurut konsumen yang bernama mbak Yayuk saat di wawancara:

“Saya lumayan sering belanja kebutuhan hijab disitu mbak, termasuk gamis-gamisnya, bahan dan kualitasnya menurut saya ya standart. Bahannya kadang ada jahitan yang tidak rapi gitu, tapi disitu saya mikir, apa karena barangnya murah ada diskon dan promo tapi kadang juga dikasih bonus pembelian. Tapi ya menyesuaikan kantong juga mbak kalau harganya promo kan jadi murah, jadi meskipun tidak se bagus barang *import* ya tetap saya beli yang penting barang masih baru”⁴⁴

Pendapat tersebut kemudian ditambahi oleh Bu Lilik yang juga menjadi konsumen di butik Earth Fashion:

“Kalau harga itu memang jelas membawa kualitas mbak, saya pribadi yang tidak terlalu memperhatikan merek atau brand itu ya saya belinya asal beli saja pokok menurut saya itu dipakai aman, nyaman, pantes, dan pastinya barang nya baru. Kalau barang bekas meskipun murah ya saya mikir-mikir mbak, tidak mau saya. Jadi saya itu *type* orang yang tidak terlalu memperhatikan merek dan barang *import-import*. Kalaupun ada yang murah tapi nyaman dan pantes kenapa tidak. Model ibu-ibu rumah tangga seperti saya ini ya lebih memperhatikan kebutuhan sekolah anak mbak. Sudah tidak memperhatikan merek-merek yang saya pakai, yang penting kebutuhan anak dulu”⁴⁵

Pendapat tersebut juga didukung oleh Alfisa konsumen butik Earth Fashion:

“Kalau keadaan pandemi kan kita paling banyak berdiam diri dirumah ya, disitu aktifitas kita 80% main Hp terus otomatis mbak, seperti saya ini klo udah main Hp buka aplikasi instagram atau aplikasi perbelanjaan lain pasti langsung khilaf beli barang-barang yang berdiskon yang ada promo-promonya gitu biar gak boros-boros banget kan lumayan pas corona gini beli barang diskonan, kebetulan saya mengikuti olshop Earth Fashion jadi setiap ada barang yang diposting pasti langsung ada pemberitahuan di Hp saya.”⁴⁶

⁴⁴ Yayuk (29 tahun), Konsumen Butik Earth Fashion, disekitar lokasi butik, 2 Oktober 2020

⁴⁵ Bu Lilik (40 tahun), Konsumen Butik Earth Fashion, disekitar lokasi butik, 5 Oktober 2020

⁴⁶ Alfisa (25 tahun), Konsumen Butik Earth Fashion, disekitar lokasi butik, 5 Oktober 2020

Dari wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa ternyata tidak semua konsumen butik Earth Fashion membeli produk dengan memperhatikan bahan dan kualitas, akan tetapi sebagian besar konsumen lebih memperhitungkan harga jual yang tersedia di butik Earth Fashion, selain itu didukung dengan pemberian hadiah secara cuma-cuma dan promo-promo diskon menarik yang dibuat oleh butik Earth Fashion sehingga konsumen terlalu fokus kepada harga murah dan pemberian hadiah.

Masa pandemi COVID-19 yang tidak kunjung berakhir membuat masyarakat memiliki lebih banyak waktu untuk memanfaatkan ponselnya sebagai alat informasi dan penghibur diri dengan berbagai aplikasi-aplikasi perbelanjaan yang ada didalamnya, hal tersebut memberi kesempatan bagi suatu perusahaan dalam memasarkan produknya lewat media sosial. Hal tersebut tetap dapat dimanfaatkan oleh seorang pebisnis usaha dalam menawarkan berbagai produknya, begitu pula Earth Fashion tidak akan menyia-nyiakan kesempatan dalam memasarkan produknya meskipun di masa pandemi seperti ini.

B. Temuan Penelitian

Sebagaimana paparan data yang telah diuraikan peneliti, didapatkan beberapa temuan penelitian analisis strategi bisnis fashion halal pada butik Earth Fashion Kediri yang akan disajikan sebagai berikut:

1. Produk pada butik Earth Fashion merupakan produk yang selalu menjadi incaran para konsumen muslim karena adanya diskon potongan harga dan bonus hadiah, produk *fashion* muslim yang tersedia dalam butik tersebut memiliki banyak pilihan motif dan jenis bahan yang dibutuhkan konsumen muslim, selain itu jenis busana yang tersedia sangat banyak sehingga memudahkan konsumennya untuk mendapatkan barang yang mereka cari.
2. Strategi bisnis yang digunakan oleh butik Earth Fashion sangat mempengaruhi peningkatan penjualan produk yang ada pada butik Earth Fashion, dengan menggunakan strategi *giveaway* yang dinilai sangat efisien untuk menarik minat konsumen didukung dengan promo-promo harga diskon tertentu serta pemberian member kartu pelanggan Earth Fashion yang membuat pelanggan butik Earth Fashion merasa istimewa bertujuan supaya konsumen merasa betah dan menetap menjadi pelanggan setia butik Earth Fashion. Hal tersebut membuat tingkat konsumen pada butik Earth Fashion mengalami peningkatan disetiap tahunnya.
3. Konsumen butik Earth Fashion sebagian besar mengutamakan harga promo dan bonus-bonus hadiah yang didapatkan konsumen setelah dinyatakan sebagai member butik, hal tersebut membuat konsumen lebih fokus terhadap pemberian diskon harga daripada mempertimbangkan kualitas produk yang dinilai tidak terlalu penting selama kondisi barang masih bisa dikatakan layak. Jika pelanggan butik lain terpicat dengan produk yang ada di butik tersebut karena kualitasnya yang diutamakan, berbeda dengan pelanggan butik Earth Fashion yang tidak mengutamakan kualitas tetapi

tetap bertahan menjadi pelanggan setia butik Earth Fashion karena didasari dengan lebih mempertimbangkan harga serta strategi-strategi *marketing* yang unik yang memanjakan pelanggannya.